

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN IMAGE TERHADAP LOYALITAS PENUMPANG JASA JOUMPA DI BANDARA I GUSTI NGURAH RAI

Theresya Lallo Pasapan¹, I Putu Sudana², I Ketut Suwena³

¹Email: tesya.etha@gmail.com¹, sudana_ipw@unud.ac.id², suwenaketut@unud.ac.id³

^{1,2,3}Program Studi Industri Perjalanan Wisata, Fakultas Pariwisata, Universitas Udayana

Abstract: This study examines the effect of service quality and image on the loyalty of Joumpa service passengers at I Gusti Ngurah Rai Airport. Services are perceived as having good quality if they can meet or even exceed their expectations. Consumer perceptions of service quality can be influenced by several factors, one of which is brand image. Especially at the airport, many tourists come and go to their respective domestic flight destinations. Joumpa provides VIP Assistance services to all passengers who have made reservations in advance. In this study using a sampling technique that has collected 100 samples, consisting of domestic passengers using joumpa services. The data-gathering techniques in this study use library studies, observation, interviews, and questionnaires. Then the data analysis technique in this study is the quantitative analysis using the SPSS program (version 29) to see how the quality of the service and image affects passenger loyalty. The study suggests the quality of services has had a significant impact on passenger loyalty. Then the variable image is partial to no positive and significant effect on passenger loyalty.

Abstrak: Penelitian ini mengkaji tentang pengaruh kualitas layanan dan image terhadap loyalitas penumpang jasa Joumpa di Bandara I Gusti Ngurah Rai. Layanan dipersepsikan mempunyai kualitas yang baik bila dapat memenuhi atau bahkan melebihi harapan mereka. Persepsi konsumen tentang kualitas layanan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya adalah brand image. Khususnya di bandara, banyak turis yang datang dan pergi ke destinasi penerbangan domestiknya masing-masing. Joumpa memberikan jasa layanan VIP Assistance kepada seluruh penumpang yang sudah melakukan reservasi terlebih dahulu. Dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling sehingga dihimpun 100 sampel, terdiri dari penumpang domestik yang menggunakan jasa layanan Joumpa. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan studi pustaka, observasi, wawancara, dan kuesioner. Kemudian teknik analisis data dalam penelitian ini yaitu analisis kuantitatif menggunakan program SPSS (versi 29) untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan image terhadap loyalitas penumpang. Penelitian ini memberikan kesimpulan kualitas layanan memiliki pengaruh secara signifikan terhadap loyalitas penumpang. Kemudian variabel image secara parsial tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas penumpang

Keywords: service quality, image, loyalty.

PENDAHULUAN

Pariwisata memberikan dampak terhadap perekonomian masyarakat lokal yang ada di destinasi seperti peningkatan pendapatan dan perluasan lapangan pekerjaan, (UNEP, 2003). Dalam hal ini, berbagai upaya dilakukan pemerintah agar kunjungan wisatawan meningkat. Seperti melakukan promosi besar-besaran, melakukan branding, memperbaiki daya tarik wisata, pengelola destinasi wisata serta masyarakat daerah terus dilakukan agar

supaya berkesinambungan dalam meningkatkan pariwisata disuatu daerah serta kualitas dari layanan yang diberikan. Penilaian kualitas layanan dapat dinilai melalui persepsi konsumen. Layanan dipersepsikan mempunyai kualitas yang baik bila dapat memenuhi atau bahkan melebihi harapan mereka (Tjiptono, 2000). Persepsi konsumen tentang kualitas layanan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya adalah brand image. Bali merupakan salah satu destinasi tujuan wisata

yang tentunya berpotensi menyedot wisatawan mancanegara maupun nusantara. Khususnya di bandara, banyak turis yang datang dan pergi ke destinasi penerbangan domestiknya masing-masing.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) melaporkan jumlah penumpang pesawat domestik pada Mei 2022 mencapai 5,3 juta orang, naik 40,41% (month-on-month/mom) dari April 2022. Peningkatan jumlah penumpang terjadi di semua bandara yang diamati, yaitu Bandara Ngurah Rai sebesar 75,97% (mom). Bandar Udara Internasional Ngurah Rai merupakan bandara tersibuk kedua di Indonesia, setelah Bandara Internasional Soekarno-Hatta. Berdasarkan data terlihat dari tren kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) ke pulau Dewata yang terus meningkat. Laporan Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat, jumlah wisman yang berkunjung ke Bali mencapai 276.659 kunjungan pada Agustus 2022. Angka ini naik 12,23% jika dibandingkan bulan sebelumnya (month-to-month/m-o-m). Layanan PT Garuda Angkasa airport service di Bandara I Gusti Ngurah Rai Denpasar sudah berjalan sejak kurang lebih pada tahun 2007 dengan nama produk Garuda Leisure kemudian pada tahun 2010 berkembang ke cabang Soekarno Hatta Cengkareng dengan nama Garuda Ease. Tahun 2015 nama kedua layanan tersebut diganti menjadi Garuda Airport Services (GAA) pada tanggal 1 Februari 2017, kemudian layanan GAA secara resmi diubah namanya menjadi Joumpa Airport Service, hal tersebut selaras dengan informasi dari Garuda annual report. Pelayanan assistant atau pendamping mulai dari penumpang tiba di bandara, mendampingi proses validasi, check-in sampai penumpang naik ke pesawat (boarding) untuk keberangkatan (departure). Mulai dari menjemput penumpang di gate, mengambil bagasi, dan mengantarkan penumpang sampai penumpang dijemput oleh agent atau pihak hotel untuk kedatangan (arrival). Namun terkadang ada kendala yang mengakibatkan penumpang harus menunggu dan mengkonfirmasi kembali ke lost and found dikarenakan bagasinya yang hilang dan tidak sampai sesuai dengan destinasi penumpang, hal tersebut peneliti dapat dari hasil wawancara dengan salah satu staf Joumpa.

METODE

Lokasi penelitian ini dilaksanakan di Bandar Udara Internasional I Gusti Ngurah Rai Jalan Raya Gusti Ngurah Rai, Tuban, Kec. Kuta, Kabupaten Badung. Penelitian ini ditujukan kepada penumpang di Bandara I Gusti Ngurah Rai yang pernah menggunakan jasa layanan Joumpa. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh secara parsial maupun simultan kualitas layanan (X_1) dan image (X_2) terhadap loyalitas penumpang (Y).

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kualitatif dan kuantitatif. Data kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data jumlah penumpang yang menggunakan jasa layanan Joumpa di Bandara I Gusti Ngurah Rai. Kemudian untuk data kualitatif dalam penelitian ini merupakan hasil data dari kuesioner yang terdiri dari 16 pertanyaan yang telah disebar.

Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu studi pustaka, observasi, wawancara, dan menyebarkan kuesioner. Kemudian untuk teknik penentuan sampel yaitu teknik *purposive sampling* dengan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10% dalam penentuan jumlah sampel, sehingga diperoleh sampel sebanyak 100. Teknik analisis data dalam penelitian menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji hipotesis, dan analisis linier berganda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Penumpang di Bandara I Gusti Ngurah Rai yang Menggunakan Layanan Jasa Joumpa

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner ke 100 responden diketahui bahwa karakteristik penumpang yang menggunakan layanan jasa Joumpa di Bandara I Gusti Ngurah Rai didominasi oleh penumpang jenis kelamin wanita (65%), untuk rentang usia 22-28 tahun (59%), kemudian tempat asal JABODETABEK (35%), dengan pekerjaan pegawai swasta (25%), kemudian berpergian bersama keluarga (51%), menggunakan layanan jasa joumpa lebih dari 2 kali (52%), alasan menggunakan layanan joumpa karena memudahkan selama perjalanan (42%).

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Pada uji validitas, keseluruhan item pada kuesioner dinyatakan valid dengan besaran nilai r -hitung melampaui nilai r -tabel. Dalam artian, 16 item pertanyaan pada penelitian ini memenuhi persyaratan uji validitas dan layak dilanjutkan ke tahap analisis berikutnya. Berdasarkan hasil analisis, setiap indikator kuesioner sudah memenuhi uji reliabilitas yang memiliki total nilai sebesar 0,947 pada Cronbach's Alpha. Kemudian pada tabel dijabarkan setiap indikator untuk hasil uji reliabilitasnya pada Cronbach's Alpha di tiap item variabel..

Uji Asumsi Klasik

Pada penelitian ini menghasilkan variabel kualitas layanan dan image tidak terjadi multikolinearitas. Dengan nilai VIF dari kualitas layanan = $3,901 < 10,00$. VIF dari Image $4,036 < 10,00$, kemudian nilai tolerance kualitas layanan = $0,256 > 0,10$, tolerance image = $0,248 > 0,10$. Pada penelitian ini menghasilkan nilai Asymp. Sig = $0,150 > \alpha 0,05$. Oleh karena itu, kesimpulan bahwa data yang dikumpulkan dalam penelitian ini berdistribusi normal. Pada variabel kualitas layanan dengan nilai Sig. $0,805 > 0,05$, variabel citra/image dengan nilai Sig. $0,558 > 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala heterokedastisita

Analisis Regresi Linier Berganda

Dengan melihat nilai Sig. variabel Kualitas Layanan (X_1) lebih kecil dari nilai (α) yaitu dengan (X_1) $0,007$ sehingga $0,007 < 0,05$. Disimpulkan variabel kualitas layanan (X_1) berpengaruh secara parsial terhadap variabel loyalitas penumpang (Y). Jadi, uji parsial pada variabel kualitas layanan (X_1) menyimpulkan H_a diterima. Kemudian nilai Sig. variabel Image (X_2) lebih besar dari nilai (α) yaitu dengan (X_2) $0,428$ sehingga $0,428 > 0,05$. Disimpulkan variabel Image (X_2) tidak berpengaruh secara parsial terhadap variabel loyalitas penumpang (Y). Jadi uji parsial pada variabel Image (X_2) menyimpulkan H_a ditolak. Dihasilkan nilai signifikansi ($< 0,001$) sehingga variabel Kualitas Layanan (X_1), Image (X_2) secara simultan berpengaruh positif terhadap variabel Y , maka dihasilkan H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Hasil analisis koefisien determinan pada R Square 0,647. Jadi R Square merupakan tolak ukur dalam penelitian ini dengan 3 variabel independen. Dengan nilai R Square (0,647) dapat disimpulkan bahwa variabel loyalitas penumpang terhadap layanan staf Joumpa di Bandara I Gusti Ngurah Rai dipengaruhi oleh variabel Kualitas Layanan (X_1), Image (X_2) dengan persentase 64% dan untuk sisanya 36% dipengaruhi variabel lainnya.

Hasil dari pengujian kali ini dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas layanan secara parsial berpengaruh positif terhadap loyalitas penumpang untuk penggunaan jasa layanan Joumpa di Bandara I Gusti Ngurah Rai. Terdapat lima indikator dalam variabel kualitas layanan (X_1) seperti: empati, bukti fisik, jaminan, keandalan, dan cepat tanggap. Dilihat dari indikator pertama yaitu empati, staf Joumpa memiliki empati yang baik dalam hal berkomunikasi dengan penumpang, ramah, dan kemampuan memahami kebutuhan penumpang. Untuk bukti fisik memiliki tampilan yang enak dipandang (wangi, bersih, dan rapi). Indikator selanjutnya jaminan yaitu staf Joumpa dalam menjalankan tugasnya memiliki keterampilan, pengetahuan, dan ahli dalam bidangnya. Berikutnya indikator keandalan yaitu kemampuan untuk memberikan jasa sesuai dengan yang dijanjikan, terpercaya, akurat, dan konsisten. Indikator selanjutnya cepat tanggap yaitu kemauan dari staf dan pengusaha untuk membantu penumpang, memberikan jasa dengan cepat serta mengatasi keluhan konsumen. Dalam hal ini, sama dengan hasil penelitian Maricha Permata Putri (2015), bahwa ada pengaruh kualitas jasa terhadap variabel bukti fisik, daya tanggap, kehandalan, jaminan dan empati terhadap kepuasan pengunjung obyek wisata Gua Pindul.

Kemudian berdasarkan hasil analisa data mengenai pengaruh variabel Image (X_2) terhadap loyalitas penumpang didapatkan hasil bahwa nilai signifikansi $0,428$ lebih besar dari $\alpha 0,05$. Kemudian untuk nilai unstandarized coefficients variabel Image (X_2) sebesar $0,075$. Berdasarkan hasil tersebut variabel Image (X_2) terbukti tidak memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel loyalitas penumpang di Bandara I Gusti Ngurah Rai. Variabel image dalam penelitian ini terdiri atas beberapa indikator yaitu kepribadian, reputasi, nilai, dan identitas.

Dilihat dari indikator pertama bahwa kepribadian dari perusahaan Joumpa memiliki karakteristik perusahaan yang dipahami publik seperti dapat dipercaya dan mempunyai tanggung jawab sosial. Kemudian perihal reputasi, perusahaan Joumpa memiliki kinerja kualitas layanan dari staf Joumpa yang membuat persepsi penumpang loyal akan menggunakan jasa layanan tersebut lagi. Selanjutnya indikator nilai, yaitu Joumpa memiliki nilai-nilai sikap manajemen yang peduli terhadap pelanggan dan staf yang cepat tanggap terhadap permintaan maupun keluhan penumpang. Lalu indikator yang terakhir yaitu identitas, bahwa masyarakat mudah mengenali dari logo, warna, dan slogan perusahaan Joumpa.

Berdasarkan dari hasil analisis data hasil uji F (Simultan) dapat diketahui nilai signifikansi ($<.001$) sehingga variabel Kualitas Layanan (X_1), Image (X_2) secara simultan berpengaruh positif terhadap variabel Y, maka dihasilkan H_0 ditolak dan H_1 diterima

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

1. Kualitas layanan memiliki pengaruh secara parsial terhadap loyalitas penumpang.
2. Variabel Image secara parsial tidak berpengaruh terhadap loyalitas penumpang.
3. Kualitas Layanan, Image secara simultan berpengaruh positif terhadap variabel loyalitas penumpang.

Saran

1. Bagi manager Joumpa diperhatikan pengembangan SOP (Standar Operating Procedures), untuk memastikan proses pelayanan berjalan dengan baik dan konsisten, terutama pada kasus kehilangan bagasi yang dialami penumpang perlunya agar lebih diperhatikan lagi.
2. Kemudian manajemen perusahaan lebih memperhatikan dan meningkatkan citra/image produk dan jasa dimata pelanggan dengan cara meningkatkan kinerja pelayanan staf. Dengan begitu ketika pelanggan merasa puas dengan pelayanan tersebut, maka mereka loyal juga secara sukarela merekomendasikan layanan Joumpa tersebut kepada orang lain

3. Selanjutnya, Joumpa perlu melakukan pemasaran produk melalui berbagai sosial media, salah satunya instagram, agar tujuan promosi cepat sampai ke pelanggan dan agar pelanggan lebih banyak lagi yang mengetahui jasa layanannya.
4. Untuk masyarakat, dengan adanya analisis layanan Joumpa bagi pengguna jasa, diharapkan regulasi kebandar udaraan terpenuhi, terutama ketepatan waktu menjadi pertimbangan.
5. Untuk pemerintah agar mendukung program layanan VIP assistance ini sehingga semakin banyak dikenal masyarakat hingga turis mancanegara.

Kepustakaan

- Al-Ababneh Mukhles. 2013. *Service Quality and its Impact on Tourist Satisfaction*. Al-Hussein Bin Talal University: Ma'an, Ma'an, Jordan.
- Anggraini Fitri. 2015. Pengaruh Brand Image terhadap Loyalitas Pelanggan pada Koran Harian Riau Pos. Universitas Riau. Pekanbaru .
- Ariem Hermanoe. 2010. Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Kharisma Gamaba Jaya Surabaya. Universitas Pembangunan Nasional "Veteran". Fakultas Ekonomi. Jawa Timur.
- Dewanto Aryo. 2014. Pengaruh Brand Image terhadap Perceived Service Quality, Kepuasan, dan Loyalitas. Fakultas Kedokteran. Universitas Brawijaya
- Fanany Faishal. 2015. Pengaruh Brand Image Dan Service Quality Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan. STIESIA. Surabaya.
- Hariato David. 2013. Analisa Pengaruh Kualitas Layanan, Brand Image, dan Atmosfer Terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Konsumen Kedai Dejavu Surabaya. Universitas Kristen Petra.
- Lusiah. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Online. STIE IBBI. Medan.
- Mutmainnah. 2017. Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah. Universitas Pamulang.
- Nainggolan. Sauly Oktavia. 2022. Optimalisasi Layanan Joupma Dalam Meningkatkan Pelayanan Terhadap Penumpang di PT. Gapura Angkasa Bandar Udara Internasional Supadio Pontianak. Jurnal Kewarganegaraan. Sekolah Tinggi Teknologi Kedirgantaraan Yogyakarta.
- Permana. Achep Satria. 2022. Pengaruh Pengawasan dan Pelayanan Fasilitas Baggage Handling System (BHS) Terhadap Tingkat Kepuasan Penumpang Garuda Airline di Terminal 3 Bandara Soekarno-Hatta. Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI.
- Permata, M. 2015. Pengaruh Kualitas Jasa Terjadap Kepuasan Pengunjung Obyek Wisata Gua Pindul. Pascasarjana ISI. Yogyakarta.
- Prasetyo W. B.. 2007. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Swalayan Luwes Purwodadi. Universitas Dian Nuswantoro. Fakultas Ekonomi & Bisnis. Jawa Tengah.
- Sawitri. I Gusti Ayu Tara Diani. 2019. Pengaruh Green Marketing dan Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Udayana Bali.
- Sukma. Arista Melati. 2023. Analisis Kinerja Unit Lost and Found dalam Penanganan Bagasi Penumpang Maskapai Lion Air di Bandar Udara International Yogyakarta. Sekolah Tinggi Teknologi Kedirgantaraan. Yogyakarta
- Susilowati Tri. 2021. Peranan Unit Lost and Found dalam Penanganan Bagasi yang Bermasalah pada Maskapai Citilink Indonesia di Bandara Halim Perdanakusuma. Sekolah Tinggi Penerbangan AVIASI. Jakarta
- Suwena, I. K., & Widyamatja, I Gst Ngr. (2017). Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata. Denpasar : Pustaka Larasan
- Wijiyanto Kusuma. 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank. Program Pascasarjana Magister Manajemen, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Yunaida Erni. 2017. Pengaruh Brand Image (Citra Image) terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas Evalube di Kota Lansia. Universitas Samudra.