

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Maskapai Nam Air di Bandar Udara Iskandar Pangkalanbun Kalimantan Tengah

Jeriansyah¹ Kifni Yudianto²

Program Studi Manajemen Transportasi Udara, Sekolah Tinggi Teknologi Kedirgantaraan
Yogyakarta, Kabupaten Bantul, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, Indonesia^{1,2}

Email: kifni.yudianto@sttkd.ac.id

Abstrak

Hasil observasi di tempat pelaksanaan PKL yaitu Bandar Udara Iskandar Pangkalanbun, Peneliti melihat adanya masalah mengenai kualitas layanan, di antaranya yaitu pertama, masih kurangnya informasi kepada pelanggan disaat pesawat mengalami penundaan ataupun pembatalan keberangkatan. Kedua, masih kurang optimalnya pelayanan yang diberikan kepada pelanggan dikarenakan kurangnya personil pegawai. Ketiga, masih kurangnya reservasi tiket online sehingga konsumen harus melakukannya langsung di plokot bandara. Kemudian, mengenai masalah persepsi harga yaitu pertama, harga tiket yang ditawarkan masih terlalu tinggi sehingga konsumen kurang mampu membeli tiket. kedua, harga jual tiket maskapai NAM Air relatif lebih tinggi dibandingkan dengan harga maskapai lainnya. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif. Dengan total sample 100 responden. Dalam hal ini responden dalam penelitian ini merupakan pengguna jasa maskapai Nam Air Indonesia di Bandar Udara Iskandar Pangkalanbun Kalimantan Tengah. Dalam hal ini untuk pengujian terhadap hipotesis yang sudah ditentukan dan melakukan berbagai uji asumsi kalsik dan uji t, uji f dan uji R2 yang akan di lakukan oleh peneliti. Dalam penelitian ini X1 dan X2 pada Y dan menemukan bahwa seberapa besar tingkat kualitas pelayanan dan persepsi harga untuk memnentukan keputusan pembelian.dalam penelitian ini bahwa 75,3% Y dipengaruhi oleh variable X1 dan X2 secara simultan terhadap variable Y adalah sebesar 55,8% sedangkan 44,2%. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa X1 dan X2 berdampak kuat pada Y, berarti menunjukkan bahwa H3 benar.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Presepsi Harga, Keputusan Pembelian

Abstract

The results of observations at the On Job Training implementation location, namely Iskandar Pangkalanbun Airport, showed service quality problems, including the lack of information to customers when the plane is delayed or canceled. Second, customer service is still less than optimal due to the lack of employee personnel. Third, the a lack of online ticket reservations, so consumers must do it directly at the airport counter. Then, regarding the price perception problem, first, the ticket prices offered are still too high, so consumers are less able to buy tickets. Second, the selling price of NAM Air airline tickets is relatively higher than other airlines. The method used is a quantitative method. With a total sample of 100 respondents. In this case, the respondents in this study were users of Nam Air Indonesia airline services at Iskandar Airport, Pangkalanbun, Central Kalimantan. In this case, to test the predetermined hypothesis and conduct various classical assumption tests and t-tests, f-tests, and R2 tests that researchers will carry out. In this study, X1 and X2 on Y found how much service quality and price perception determine purchasing decisions. In this study, 75.3% of Y is influenced by variables X1 and X2. Simultaneously, variable Y is 55.8% and 44.2%. This study shows that X1 and X2 have a substantial impact on Y, meaning that H3 is true.

Keywords: Service Quality, Price Perception, Purchasing Decisions



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

PENDAHULUAN

Kemajuan di era globalisasi saat ini membuat kehidupan manusia berkembang semakin pesat (Prasetiadi, A. E, 2018). Kemajuan tersebut ditandai dengan semakin tingginya aktivitas dan tingkat mobilitas penduduk yang diiringi dengan bertambah banyaknya pilihan sarana transportasi yang tersedia saat ini (Affandi, M, 2009). Pilihan alat transportasi yang semakin beragam membuat masyarakat memiliki lebih banyak pilihan dalam menggunakan jasa transportasi yang sesuai dengan kebutuhan masing-masing. Banyak perusahaan transportasi yang menawarkan berbagai macam layanan jasa dengan harga dan fasilitas yang berbeda. Oleh karena itu, masyarakat menjadi semakin berhati-hati dalam menentukan pilihan mereka. Masyarakat akan mencari sarana transportasi yang sesuai dengan keinginan atau harapan mereka sehingga bisa memberikan kepuasan tersendiri (Wasiun, R. Nugraha, H.S & Prabawani, B,2015). Salah satu jasa transportasi saat ini yang banyak digunakan oleh masyarakat adalah jasa layanan transportasi penerbangan. Cukup cepatnya mobilisasi ke suatu daerah yang jauh membuat jasa maskapai penerbangan semakin diminati oleh masyarakat. Daya tarik masyarakat terhadap penggunaan jasa maskapai penerbangan menjadikan perkembangan bisnis maskapai penerbangan mengalami persaingan. Hal ini dapat dilihat dengan banyaknya jasa maskapai penerbangan yang ada saat ini. Pada umumnya setiap perusahaan didirikan agar dapat sukses dan berhasil dalam mencapai tujuan. Supaya tujuannya dapat tercapai, perusahaan saat ini dituntut untuk memberikan yang terbaik terhadap pelanggannya. Untuk itu, pihak perusahaan dalam melakukan kegiatan bisnis atau pemasaran perlu cepat tanggap dalam menanggapi keluhan dari pelanggannya, sehingga pelanggan yang menggunakan produk atau jasa perusahaan dapat merasa puas.

Dalam memikat konsumen baru atau mempertahankan pelanggan, maka kualitas pelayanan menjadi hal yang terpenting dalam menjalankan dunia bisnis saat ini. "kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan di persepsikan baik dan memuaskan (Kotler,2019). Saat kualitas pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan atau persepsi pelanggan, maka perusahaan secara tidak langsung telah memberikan kepuasan bagi para pelanggannya. Hal ini tentu sangat baik bagi perusahaan karena secara tidak langsung keuntungan perusahaan akan meningkat karena konsumen yang merasa puas akan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan kemungkinan besar akan kembali menggunakan jasa transportasi pesawat udara pada perjalanan berikutnya (Richa M.P & Singgih S,2018). Selain kualitas pelayanan, faktor persepsi atas harga dalam industri penerbangan menjadi hal yang sangat menentukan dan perlu diperhatikan oleh perusahaan. Persepsi harga adalah sebuah proses dimana pelanggan menafsirkan nilai harga dan atribut ke barang atau pelayanan yang diinginkan (Malik dan Yaqobo, 2012). Setiap konsumen atau pelanggan mempunyai penilaian yang berbeda atas persepsi harga dari suatu produk atau jasa yang mereka gunakan. Maka, suatu perusahaan perlu membuat dan menetapkan harga suatu produk atau jasa sesuai dengan manfaatnya supaya berhasil dan sukses dalam memasarkan produk atau jasa perusahaan. Dari sekian banyak jasa maskapai penerbangan yang beroperasi di Indonesia saat ini, salah satunya jasa maskapai penerbangan NAM Air. Maskapai penerbangan tersebut didirikan pada tahun 2013 dan maskapai penerbangan ini adalah anak perusahaan dari maskapai penerbangan Sriwijaya Air. Seiring penambahan jumlah armada NAM Air oleh perusahaan tersebut, maka perusahaan maskapai penerbangan ini membuka rute ke Pangkalanbun sejak November 2017.

Hasil observasi di tempat pelaksanaan PKL yaitu Bandar Udara Iskandar Pangkalanbun, Peneliti melihat adanya masalah mengenai kualitas layanan, di antaranya yaitu pertama, masih

kurangnya informasi kepada pelanggan disaat pesawat mengalami penundaan ataupun pembatalan keberangkatan. Kedua, masih kurang optimalnya pelayanan yang diberikan kepada pelanggan dikarenakan kurangnya personil pegawai. Ketiga, masih kurangnya reservasi tiket online sehingga konsumen harus melakukannya langsung di plokot bandara. Kemudian, mengenai masalah persepsi harga yaitu pertama, harga tiket yang ditawarkan masih terlalu tinggi sehingga konsumen kurang mampu membeli tiket. kedua, harga jual tiket maskapai NAM Air relatif lebih tinggi dibandingkan dengan harga maskapai lainnya. Ketiga, harga yang ditetapkan belum sesuai dengan fasilitas yang disediakan oleh maskapai NAM Air.

Berdasarkan permasalahan di latar belakang di atas, maka peneliti tertarik mengambil judul penelitian “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Maskapai Nam Air di Bandar Udara Iskandar Pangkalanbun Kalimantan Tengah”. Rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: Apakah Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Maskapai Penerbangan NAM Air di Bandar Udara Iskandar Pangkalanbun? Apakah Persepsi Harga memiliki pengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Maskapai Penerbangan NAM Air di Bandar Udara Iskandar Pangkalanbun? Apakah Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga memiliki pengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Maskapai Penerbangan NAM Air di Bandar Udara Iskandar Pangkalanbun. Dari pendahuluan serta identifikasi masalah yang penulis paparkan, berkaitan dengan pokok kajian peneliti dan mempertimbangkan terbatasnya kemampuan dalam peneliti, biaya dan waktu peneliti, sehingga penelitian ini mesti di batasi dalam penelitian ini, adalah sebagai berikut: Penelitian ini semata-mata mengenai kualitas pelayanan, persepsi harga dan keputusan pembelian oleh konsumen. Pada objek penelitian ini hanya dibatasi dibagian pemasaran pesawat Nam Air Distrik Pangkalanbun. Fokus yang diteliti ialah penumpang atau konsumen yang menggunakan pesawat Nam Air sebagai alat transportasi udara di bandarudara Iskandar Pangkalanbun, Kalimantan tengah. Tujuan yang ingin dicapai dari adanya penelitian ini yaitu: Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Maskapai Penerbangan NAM Air di Bandar Udara Iskandar Pangkalanbun. Untuk mengetahui pengaruh Persepsi, Harga Keputusan Pembelian pada Maskapai Penerbangan NAM Air di Bandar Udara Iskandar Pangkalanbun. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Maskapai Penerbangan NAM Air di Bandar Udara Iskandar Pangkalanbun.

Landasan Teori

Kualitas Pelayanan

Menurut Crosby seperti dikutip oleh (Isa, Lubis and Caniago, 2019). Kualitas (*quality*) atau mutu merupakan penyesuaian terhadap persyaratan. Persyaratan perlu dispesifikasikan dengan jelas supaya semua orang untuk mengetahui apa yang diharapkan konsumen. Kualitas mempunyai efek langsung terhadap prestasi jasa, sehingga kualitas mempunyai hubungan kuat dengan nilai dan kepuasan penumpang, maka dari itu, kualitas dapat didefinisikan lepas dari kejelekan, namun perusahaan memusat kepada konsumen mendefinisikan sesungguhnya kualitas didasarkan penciptaan nilai dan kepuasan penumpang maupun konsumen. Menurut Kotler dan Stanton yang dikutip oleh (Isa, Lubis and Caniago, 2019). Menjelaskan bahwa jasa pada dasarnya merupakan sesuatu yang tidak berwujud, yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Layanan yang teratur merupakan pelayanan yang dilakukan secara simpatik, setimpal, akurat, dan sikap yang patut, supaya kebutuhan maupun kepuasan untuk yang menerima dapat terpenuhi. maka ketika pengelolaan dengan kualitas yang efektif, sehingga mewujudkan kepuasan konsumen kepada pemilik jasa. Menurut Berry dan

Parasuraman seperti yang dikutip oleh (Lestari and Untari,2018). "Kualitas pelayanan akan mendorong terwujudnya kepuasan konsumen dan kepuasan konsumen merupakan suatu faktor penentu keputusan pembelian konsumen, dimana kepuasan konsumen terbentuk maka pertumbuhan perusahaan juga akan terjamin". Dari penjelasan di atas peneliti mengambil kesimpulan bahwa kualitas pelayanan merupakan aktivitas yang di berikan perusahaan untuk memuaskan konsumen. Kualitas dalam hal ini nilai untuk memenuhi kebutuhan konsumen sedangkan pelayanan yaitu jasa yang disampaikan pemilik perusahaan untuk, kemampuan, mempermudah, mempercepat, keramahtamaan, dan hubungan yang berikan sikap dan tingkah laku yang baik untuk kepuasan konsumen. Sehingga kualitas pelayanan diartikan sebagai perbandingan keberadaan antara pemilik perusahaan dan konsumen.

Persepsi Harga

Persepsi harga adalah nilai yang terkandung dalam suatu harga yang berhubungan dengan manfaat dan memiliki suatu produk atau jasa. Persepi harga adalah sebuah proses dimana pelanggan menafsirkan nilai harga dan atribut ke barang atau pelayanan yang diinginkan. Persepsi harga adalah kecenderungan konsumen untuk menggunakan harga dalam memberi penilaian tentang kualitas produk. Berdasarkan beberapa pendapat di atas disimpulkan bahwa, persepsi harga adalah sebuah penilaian atas harga yang ditawarkan dari suatu produk yang berhubungan dengan manfaat yang diperoleh.

Keputusan Pembelian

Menurut Suharno yang dikutip (Broto and Wenas, 2016). Keputusan pembelian merupakan tahap dimana pembeli telah menentukan pilihannyadan melakukan pembelian, serta mengkonsumsinya. Menurut Kotler dan Keller yang dikutip Virgia Broto (2016). Keputusan pembelian merupakan keputusan-keputusan untuk menerus atau tidaknya pembelian. Menurut (Broto and Wenas, 2016). Keputusan pembelian adalah pengambilan keputusan akhir dari konsumen dalam melakukan suatu pembelian atau tidak sama sekali. Kesimpulan dari penjelasan diatas yaitu suatu proses pengambilan keputusan atau perilaku konsumen yang di berawaln dengan pengenalan masalah, pencarian informasi, mengevaluasi dan keputusan untuk mendapatkan ataupun kebutuhan yang sesuai.

Penelitian Yang Relevan

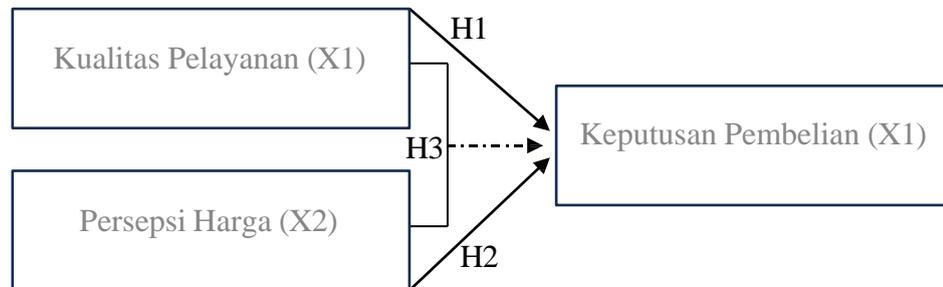
Tabel 1. Penelitian Yang Relevan

No	Nama	Tahun	Judul	Hasil Penelitian
1	Pandhega	2016	Pengaruh persepsi merek jasa terhadap service quality, value dan loyalitas pelanggan: studi industri low cost airlines Indonesia	Image merek berpengaruh signifikan terhadap kualitas jasa dan nilai pelanggan sedangkan kepercayaan terhadap karyawan dan juga biaya hanya berpengaruh signifikan terhadap nilai pelanggan
2	Tjia dan Kadafi	2017	Pengaruh kualitas produk dan distribusi terhadap keputusan pembelian	Pengaruh harga, kualitas produk, danm Distribusi berpengaruh secara persial terhadap keputusan pembelian, dimana dalam uji t (parsial) mendapatkan hasil rhitung > rtabe
3	Halim Prawiranata	2017	Pengaruh Kualitas Sistem Informasi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Gojek Di Kota Yogyakarta	Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas sistem informasi, harga dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada jasa Gojek di Kota Yogyakarta. Hal ini ditunjukkan dengan koefisien regresi yang bernilai positif yaitu 0,379, 0,222 dan

				0,206, nilai Fhitung yang lebih besar dibandingkan Ftabel yaitu $193,777 > 3,040$ dan nilai signifikansi sebesar $0,00 < 0,05$.
--	--	--	--	--

Sumber: peneliti 2023

Kerangka Penelitian



Gambar 1. Kerangka Penelitian

Hipotesis Penelitian

Menurut (Sugiyono,2015) Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian yang mana dalam rumusan masalah penelitian ini dirumuskan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Berdasarkan pada sejumlah kajian pustaka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

- H1: Terdapat pengaruh positif Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Maskapai Penerbangan NAM Air di Bandar Udara Iskandar Pangkalanbun.
- H2: Terdapat pengaruh positif Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Maskapai Penerbangan NAM Air di Bandar Udara Iskandar Pangkalanbun.
- H3: Terdapat pengaruh positif sistem informasi Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Maskapai Penerbangan NAM Air di Bandar Udara Iskandar Pangkalanbun.

METODE PENELITIAN

Secara umum, rancangan penelitian ini diletakkan pada bab awal atau naskah mengenai rancangan penelitian sesuai tujuan akan mengarahkan panduan atau format lengkap pada penelitian mengenai satu aktivitas yang akan dibuatkan. Mengenai ini, penjelasannya termuat didalam rancangan penelitian yang biasa yang sangat ringkas menjelaskan desain penelitian yang digunakan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan desain penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian dilakukan di Nam Air distric UPBU Bandar Udara Iskandar, Pangkalanbun pada September 2022.

Populasi dan Sampel Penelitian

Menurut (Sugiyono,2016) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karekteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulanya. Populasi dalam penelitian ini adalah Semua orang yang pernah memakai jasa maskapai Nam Air District Pangkalanbun. Pengguna Jasa di maskapai Nam Air memiliki jumlah yang tidak bisa diperkirakan. Karena itu penelitian memutuskan untuk menggunakan teknik sampel non probabilitas. Nonprobability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi utuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2016). Teknik sampel non probabilitas cocok digunakan pada populasi yang sangat besar yang mana ketersediaan

populasi sangat banyak oleh karena itu digunakan sampel ini karena sifatnya mewakili populasi dan hasil penelitian dapat digeneralisasi terhadap seluruh populasi. Pada penelitian ini ditetapkan 100 orang sebagai responden. Jumlah ini sudah memenuhi batas minimum yang direkomendasikan menurut pendekatan Sapnas dan Zeller (2002) berpendapat bahwa ukuran sampel minimal 50 cukup memadai untuk mengevaluasi sifat psikometrik pada ukuran konstruk sosial. Responden dalam penelitian ini didapat melalui penyebaran kuesioner dalam bentuk kuesioner online yang penyebarannya melalui media sosial seperti Twitter, Instagram dan Whatsapp atau memberikan kuesioner cetak secara langsung kepada responden sesuai dengan kriteria.

Teknik Pengumpulan Data

Metode Pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dari sumbernya yang secara khusus dikumpulkan untuk dijadikan objek penelitian. Kuisisioner disebar secara online melalui google form dan disebar melalui media sosial seperti Twitter, Instagram dan Whatsapp serta penyebaran kuesioner kepada pengguna jasa Nam Air di Bandar Udara Iskandar di Pangkalanbun secara langsung. Penyusunan angket ini menggunakan skala likert. Skala likert merupakan skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang mengenai fenomena sosial.

Instrumen Penelitian

Titik tolak penyusunan instrumen penelitian adalah variabel- variabel penelitian yang ditetapkan untuk diteliti, dari variabel tersebut diberikan definisi operasionalnya dan selanjutnya ditentukan indikator yang akan diukur, Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur (Sugiyono, 2016). Kemudian dari indikator tersebut dijabarkan menjadi butir pertanyaan atau pernyataan.

1. Uji Validitas. Menurut Imam Ghazali (2011) untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner dapat menggunakan uji validitas. Kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas dilakukan dengan cara menghitung korelasi skor butir pertanyaan atau pernyataan dengan skor total. Untuk mengukur validitas dapat dilakukan korelasi antar skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel. Sedangkan untuk mengetahui skor masing-masing item pertanyaan valid atau tidak, maka ditetapkan kriteria statistik sebagai berikut:
 - a. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan bernilai positif, maka variabel tersebut valid
 - b. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka variabel tersebut tidak valid
2. Uji Reliabilitas. Menurut Imam Ghazali (2011) Uji reliabilitas merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui konsistensi atau keterpercayaan hasil ukur yang mengandung kecermatan pengukuran. Jika jawaban pertanyaan konsisten atau stabil maka kuesioner dikatakan reliabel. Alat ukur yang digunakan pada uji ini adalah Cronbach Alpha aplikasi SPSS (Statistic Product and Service Solution). Pengujian ini berguna untuk mengetahui apakah pengukuran yang dibuat reliabel atau tidaknya butir-butir pertanyaan. Pengujian reliabilitas dengan menggunakan formula Cronbach Alpha $> 0,70$ dan sebaliknya jika Cronbach's Alpha $< 0,70$ maka dikatakan tidak reliabel.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bersifat kuantitatif, dimana maksud dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui kualitas pelayanan dan persepsi harga dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada maskapai NAM AIR. Analisis data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *software* SPSS. Data dalam penelitian ini terkumpul melalui proses penyebaran kuesioner sebanyak 100 responden yang sudah pernah menggunakan maskapai NAM AIR di Bandar Udara Iskandar Pangkalanbun Kalimantan Tengah.

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner kepada penumpang sebanyak 100 orang penumpang yang telah memenuhi kriteria yang diinginkan penulis disini menunjukan bahwa adanya pengaruh yang terjadi antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Kekuatan yang ada atau timbul dari (orang/ benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang, kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Kualitas pelayanan suatu tingkat keunggulan yang dirasakan seseorang terhadap suatu jasa yang diharapkan dari perbandingan antara keinginan dan kinerja yang dirasakan konsumen setelah membeli jasa tersebut. Uji T penelitian menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan variabel kualitas pelayanan (X1) terhadap keputusan pembelian, dengan sig. sebesar $0,000 > 0,05$ dan nilai t hitung sebesar $0,728 > 1,984$. Artinya disini adanya pengaruh yang terjadi antara kualitas pelayanan yang meliputi dari kendala, daya tangkap, jaminan, empati dan bukti fisik dari kelima indikator ini yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian terhadap kualitas pelayanan yang telah disediakan oleh pihak maskapai NAM AIR di Bandar Udara Iskandar Pangkalanbun Kalimantan Tengah terhadap keputusan pembelian penumpang. Hal ini menunjukan bahwa kualitas pelayanan maskapai NAM AIR tersebut dapat mempengaruhi minat pengguna jasa dalam hal berpergian atau bisa juga penumpang akan merasa kecewa apa bila pihak maskapai NAM AIR yang kurang memperhatikan kualitas pelayanan yang tersedia maka penumpang akan merasa kecewa atau bisa beralih maskapai lainnya. Maka oleh itu dapat kita simpulkan bahwa kualitas pelayanan dapat mempengaruhi tingkat kepuasan penumpang pengguna jasa maskapai NAM AIR di Bandar Udara Iskandar Pangkalanbun Kalimantan Tengah. Hasil dalam penelitian ini berkorelasi atau relevan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Afif Fauzan Ahmad (2023) dengan judul Analisis Pengaruh Faktor Harga, Kualitaslayanan, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Di Bandara Ahmad Yani Semarang. Hasil penelitian tersebut menunjukan penelitian didapatkan bahwa Indikator kesesuaian harga dengan manfaat sudah cukup baik tetapi harus lebih ditingkatkan lagi agar harga yang ditawarkan kepada konsumen sesuai dengan kualitas jasa yang di tawarkan. Indikator empati sudah cukup baik tetapi harus lebih ditingkatkan lagi agar kualitas layanan pada sriwijaya air dapat memberikan kesan yang baik dan tidak membedakan satu dengan yang lainnya. indikator informasi layanan sudah baik sehingga perlu dipertahankan dan terus ditingkatkan khususnya menjamin setiap informasi yang disampaikan kepada konsumen yang menggunakan maskapai sriwijaya air sesuai dengan yang ada dilapangan.

Pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian

Berdasarkan dari hasil pengujian yang telah dilakukan oleh peneliti, menyatakan bahwa persepsi harga adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen, yaitu fasilitas yang diberikan oleh Perusahaan jasa transportasi. Pengujian penulis

menunjukkan bahwa pengaruh persepsi harga yang tersedia, termasuk keterjangkauan harga, daya saing, kesesuaian harga dengan kualitas produk, kesesuaian harga di Bandar Udara Iskandar Pangkalanbun Kalimantan Tengah. Uji T untuk variable X2 terhadap Y, dengan T hitung sebesar 11.271, menunjukkan adanya pengaruh terhadap Keputusan pembelian. Oleh karena itu, H2 diterima karena persepsi harga mempengaruhi Y, di terima karena ada nya terjadi pengaruh dalam persepsi harga. Sejalan dengan pendapat ahli yang menyatakan bahwa persepsi harga adalah kecenderungan konsumen untuk menggunakan harga dalam memberi penilaian tentang kualitas produk. Jadi peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa persepsi harga adalah sebuah penilaian atas harga yang ditawarkan dari suatu produk yang berhubungan dengan manfaat yang diperoleh. Hasil dalam penelitian ini berkolerasi atau relevan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Dian Praba Setiadhi Nugraha (2020) dengan judul Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Harga, Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Niat Membeli Kembali Pada Tiket Pesawat dan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap niat membeli kembali; tidak adanya pengaruh signifikan antara persepsi harga terhadap niat membeli kembali; dan kepercayaan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap niat membeli kembali. Dari hasil analisis dapat diketahui bersama bahwa variabel kepercayaan pelanggan memiliki nilai koefisien regresi terbesar dibandingkan dengan variabel yang lain. Uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa kualitas layanan, persepsi harga, dan kepercayaan pelanggan memberi pengaruh bersama sebesar 79,2% terhadap niat membeli kembali tiket pesawat.

Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga memiliki pengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Maskapai Penerbangan NAM Air di Bandar Udara Iskandar Pangkalanbun

Berdasarkan dari Hasil Uji F yang telah dilakukan penulis terhadap variable (X1) kualitas pelayanan dan (X2) fasilitas yang mempengaruhi secara signifikan terhadap variable (Y) kepuasan penumpang di sini menunjukan bahwa diketahui Kepuasan pelanggan merupakan kesesuaian antara harapan dengan kinerja yang diterima pelanggan. Diketahui nilai sig diatas untuk pengaruh X1 dan X2 secara simultan terhadap Y adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai dari F hitung $63.573 > f \text{ table } 3,09$, sehingga dapat di simpulkan bahwa H3 dapat di terima karena adanya terjadi pengaruh antara X1 dan X2 secara simulta terhadap Y. Maka dapat disimpulkan bahwa X1 yaitu kualitas pelayanan dan X2 yaitu persepsi harga dapat mempengaruhi secara simultan terhadap variable Y yaitu keputusan pembelian. Maka dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan persepsi harga dapat mempengaruhi terhadap keputusan pembelian di Bandar Udara Iskandar Pangkalanbun Kalimantan Tengah. Hasil dalam penelitian ini berkolerasi atau relevan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Anggelia Linoi (2021) dengan judul Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan pembelian Tiket Maskapai Penerbangan Nam Air Di Bandar Udara Tebelian dan hasil dari penelitian menunjukan bahwa dimana H_0 ditolak dan H3 diterima, berarti adanya pengaruh antara harga dan promosi terhadap keputusan pembelian tiket maskapai nam air di Bandar Udara Tebelian. Hasil Uji determinasi ditemukan bahwa variabel independen memengaruhi variabel dependen sebesar 75,3%. Hal ini menyatakan bahwa harga dan promosi yang diberikan kepada penumpang mempengaruhi keputusan dalam pembelian tiket. Berdasarkan output di atas dapat diketahui R Square sebesar 0,558, hal ini mengandung arti bahwa pengaruh variable X1 dan X2 secara simultan terhadap variable Y adalah sebesar 55,8% sedangkan 44,2% lagi dipengaruhi oleh variable lainnya yang tidak tercantum dalam penelitian ini.

KESIMPULAN

Berdasarkan data penelitian yang telah dianalisa dan diolah oleh peneliti sebelumnya mengenai pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan di ruang tunggu Bandar Udara Internasional Yogyakarta, sehingga didapatkan kesimpulan sebagai berikut :

1. Dapat disimpulkan bahwa ada terjadinya pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Penelitian menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan variabel kualitas pelayanan (X1) terhadap keputusan pembelian, dengan sig. sebesar $0,000 > 0,05$ dan nilai t hitung sebesar $0,728 > 1,984$. Artinya disini adanya pengaruh yang terjadi antara kualitas pelayanan yang meliputi dari kendala, daya tangkap, jaminan, empati dan bukti fisik dari kelima indikator ini yang dapat memengaruhi keputusan pembelian terhadap kualitas pelayanan yang telah di sediakan oleh pihak maskapai NAM AIR di Bandar Udara Iskandar Pangkalanbun Kalimantan Tengah terhadap keputusan pembelian.
2. Uji T untuk variable X2 terhadap Y, dengan T hitung sebesar 11.271, menunjukkan adanya pengaruh terhadap Keputusan pembelian. Oleh karena itu, H2 diterima karena persepsi harga mempengaruhi Y, di terima karena ada nya terjadi pengaruh dalam persepsi harga.
3. Diketahui nilai sig diatas untuk pengaruh X1 dan X2 secara simultan terhadap Y adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai dari F hitung $63.573 > f$ table 3,09, sehingga dapat di simpulkan bahwa H3 dapat di terima karena adanya terjadi pengaruh antara X1 dan X2 secara simulta terhadap Y. Maka dapat disimpulkan bahwa X1 yaitu kualitas pelayanan dan X2 yaitu persepsi harga dapat mempengaruhi secara simultan terhadap variable Y yaitu keputusan pembelian.

Saran

1. Peneliti Selanjutnya. Diharapkan peneliti selanjutnya yang ingin melanjutkan penelitian ini agar dapat lebih mengembangkan atau menambah penelitian ini dari segala segisudut maupun aspek yang terdapat di bandara tersebut dan dapat mengembangkan dari sudut pandang yang berbeda dengan menggunkana variabel lain salah satunya yaitu kebersihan fasilitas yang mungkin berpengaruh terhadap kepuasan penumpang.
2. Lembaga STTKD. Diharapkan peneliti yang akan meneliti terkait Kelengkapan Fasilitas Terhadap Kepuasan Penumpang untuk lebih mengembangkan dan meningkatkan , serta menambah refrensi perpustakaan Kampus STTKD agar meningkatkan minat belajar dalam bidang pengetahuan penerbangan

DAFTAR PUSTAKA

- Afif, F. A. (2023). Analisis Pengaruh Faktor Harga, Kualitas Layanan, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Di Bandara Ahmad Yani Semarang. *Skripsi*.
- Fajariah, F.2019. Analisis Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan dan Kepercayaan Passanger PT Garuda Indonesia (PERSERO). *Jurnal Ilmiah Kedirgantaraan*, 16(2):136-151.
- L.Harjati dan Y.Venesia.2015.Pengaruh Kualitas Layanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Maskapai Penerbangan Tiger Air Mandala,E-Journal WIDYA Ekon.
- Linoi, A. (2021). *Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Maskapai Penerbangan Nam-Air Di Bandar Udara Tebelian Effect Of Price And Promotion Of Decision To Purchase Tickets Airlines Nam-Air In Tebelian Airport* (Doctoral dissertation, STTKD Sekolah Tinggi Teknologi kedirgantaraan).
- Nugraha, D. P. S., Amin, N. H. A., & Me, S. Y. (2020). *Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Harga,*



Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Niat Membeli Kembali Pada Tiket Pesawat
(Doctoral dissertation, IAIN SURAKARTA).

- Pandhega, S., Hati, S. R. H., & Miranti, S. 2016. Pengaruh Persepsi Merek Jasa Terhadap Service Quality, Value dan Loyalitas Pelanggan: Studi Industri Low Cost Airlines Indonesia. *MIX: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 6(3).
- Prawiranata, H., & Rahmawati, D. 2018. Pengaruh Kualitas Sistem Informasi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JasaGojek Di Kota Yogyakarta. *Jurnal Profita: Kajian Ilmu Akuntansi*, 6(4).
- Prawiranata, Halim dan Rahmawati, Diana. 2017. Pengaruh Kualitas Sistem Informasi, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Jasa Gojek di Kota Yogyakarta. *Jurnal Pendidikan Akuntansi*.
- Puspita, R. M., & Santoso, S. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Pendukung Terhadap Kepuasan Pelanggan Stasiun Lempuyangan Yogyakarta. *Eksis: Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 13(1), 69-80.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian kuantitatif*. Yogyakarta.
- Sugiyono. (2012). *Metopen Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Tutoq, Y. (2021). Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kapal Pelni di Kota Batam (Doctoral dissertation, Prodi Manajemen).
- Widjaja, E. L dan Harianto, A. 2017. Analisa Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Penumpang Maskapai Penerbangan Batik Air. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 5(2).