



Pengaruh Aspek *Service Quality* Terhadap *Customer Satisfaction* Maskapai NAM Air pada Rute Jakarta-Sampit

Raghdahul Hanif Turidisyah¹ Dody Wahyu Widodo² Paulo Immanuel Simanjuntak³

Program Studi Diploma IV Penerbang, Penerbang, Politeknik Penerbangan Indonesia Curug,
Kabupaten Tangerang, Banten Indonesia^{1,2,3}

Email: hanifraghdahul.02@gmail.com¹ dodyw.56@gmail.com² psimanjuntak@ppicurug.ac.id³

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *service quality* terhadap *customer satisfaction* penumpang Maskapai NAM Air pada rute Jakarta-Sampit (CGK-SMQ). Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif *explanatory research* dengan teknik analisis *Structural Equation Modeling* berbasis *Partial Least Square* (SEM-PLS) menggunakan SmartPLS. Data dikumpulkan dari 103 responden penumpang rute CGK-SMQ melalui kuesioner daring. *Service quality* diukur menggunakan lima dimensi SERVQUAL, yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kelima dimensi secara simultan mampu menjelaskan 48,2% variasi *customer satisfaction*. Secara parsial, dimensi *reliability* ($\beta = 0,219$; $p = 0,044$) dan *assurance* ($\beta = 0,249$; $p = 0,006$) berpengaruh positif dan signifikan. Sementara itu, *responsiveness*, *empathy*, dan *tangibles* tidak berpengaruh signifikan. Penelitian ini memberikan dasar empiris bagi NAM Air untuk memprioritaskan peningkatan keandalan dan jaminan layanan dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat pada rute CGK-SMQ.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, SERVQUAL, SEM-PLS, Maskapai Penerbangan



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

PENDAHULUAN

Transportasi udara memegang peran yang sangat strategis dalam merajut konektivitas kepulauan di Indonesia, di mana faktor geografis membuat moda udara menjadi pilihan yang efisien dan diandalkan. Di tengah ketatnya persaingan industri penerbangan, khususnya pada segmen *Low-Cost Carrier* (LCC) yang beroperasi dengan prinsip efisiensi biaya, kualitas pelayanan (*service quality*) tetap menjadi faktor penentu dalam menjaga persepsi positif dan loyalitas pelanggan. Maskapai NAM Air yang beroperasi di bawah Sriwijaya Air Group telah melayani rute Jakarta-Sampit (CGK-SMQ) sejak tahun 2014 dan dikenal sebagai pelopor pada rute tersebut. Berdasarkan data Kementerian Perhubungan Republik Indonesia, rute Jakarta-Sampit mencatatkan volume penumpang sebanyak 64.562 orang pada tahun 2025, mengalami peningkatan sebesar 30 persen dibanding tahun sebelumnya dengan tingkat keterisian kursi (*load factor*) sebesar 72%. Namun, masuknya maskapai kompetitor baru pada rute yang sama mengubah lanskap persaingan menjadi lebih dinamis. Kondisi ini menuntut NAM Air untuk mengevaluasi kualitas layanannya secara objektif agar dapat mempertahankan eksistensi dan basis penumpangnya. Meskipun banyak studi mengkaji hubungan antara *service quality* dan *customer satisfaction*, penelitian yang secara spesifik menyoroti maskapai NAM Air—terlebih pada rute spesifik CGK-SMQ—masih sangat terbatas, sehingga memunculkan *research gap*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh dimensi *service quality* (*tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*) terhadap *customer satisfaction* pada penumpang Maskapai NAM Air rute Jakarta-Sampit menggunakan pendekatan analisis SEM-PLS.

Penelitian Terdahulu yang Relevan

No	Peneliti & Tahun	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Violin et al., (2021)	Pengaruh Konsep <i>Low-Cost Carrier</i> dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan pada Maskapai Lion Airlines di Indonesia	Kuantitatif <i>explanatory research</i> ; rancangan korelasional; teknik analisis <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM) dengan program AMOS; 396 responden penumpang Lion Air.	Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Lion Air ($p = 0,018$). <i>Low-Cost Carrier</i> berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan ($p = 0,000$).
2.	Susandy et al., (2023)	Pengaruh Kualitas Layanan Maskapai Penerbangan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Maskapai Penerbangan AirAsia)	Kuantitatif <i>explanatory survey</i> ; pendekatan verifikatif; teknik analisis regresi sederhana dengan SPSS; 105 responden mahasiswa STIE Sutaatmadja; teknik <i>purposive sampling</i> .	Kualitas layanan AirAsia memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan koefisien determinasi sebesar 76,3 persen, serta berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan koefisien determinasi sebesar 72,7 persen.
3.	Subiyantoro et al., (2023)	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Maskapai Batik Air pada Bandar Udara Abdurahman Saleh Malang	Kuantitatif lapangan (<i>field research</i>); teknik analisis regresi linier sederhana dengan SPSS 29; 70 responden penumpang Batik Air; teknik <i>simple random sampling</i> .	Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Batik Air (Sig 0,001). Besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan mencapai 65,7 persen, dengan koefisien determinasi sebesar 44,7 persen.
4.	Nugroho, A. P. (2015)	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Mediasi Kepuasan Pelanggan pada Maskapai Penerbangan AirAsia Indonesia	Kuantitatif; teknik analisis regresi dengan variabel mediasi; <i>purposive sampling</i> pada penumpang AirAsia Indonesia.	Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan kepuasan pelanggan menjadi variabel mediasi yang efektif antara kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan di maskapai AirAsia Indonesia.
5.	Pardede, D. P. H. (2024)	<i>The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction in the Airline Industry in Tanzania</i>	Kuantitatif deskriptif dengan rancangan <i>explanatory research</i> ; teknik analisis regresi berganda; 400 responden penumpang Precision Air Limited Tanzania; teknik <i>non-probability sampling</i> ; instrumen berbasis model SERVQUAL.	Tiga dari lima dimensi SERVQUAL berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, yaitu <i>reliability</i> (Sig 0,001), <i>responsiveness</i> (Sig 0,001), dan <i>empathy</i> (Sig 0,000). Sementara <i>tangibility</i> (Sig 0,674) dan <i>assurance</i> (Sig 0,449) berpengaruh positif namun tidak signifikan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain *explanatory research* untuk menguji hubungan kausal antarvariabel. Populasi dalam penelitian ini adalah penumpang yang pernah menggunakan layanan Maskapai NAM Air pada rute Jakarta-Sampit. Teknik penarikan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 103 responden. Pengumpulan data primer dilakukan melalui penyebaran kuesioner daring berbasis *Google Form* dengan menggunakan skala Likert 4 poin (1 = Sangat Tidak Setuju, 2 = Tidak Setuju, 3 = Setuju, 4 = Sangat Setuju) tanpa opsi netral untuk menghindari *central tendency bias*. Pengukuran variabel *service quality* diadaptasi dari model SERVQUAL yang mencakup lima dimensi (*tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*), sedangkan *customer satisfaction* diukur melalui indikator kesesuaian harapan, kepuasan keseluruhan, rekomendasi, dan minat penggunaan kembali. Rincian kisi-kisi dan indikator instrumen penelitian disajikan pada Tabel 1 berikut.

Tabel 1. Kisi-Kisi Instrumen Penelitian

Variabel	Dimensi	Indikator / Butir Pernyataan	Jumlah Butir
Service Quality (X)	<i>Tangibles</i>	Kebersihan dan kondisi fisik pesawat, fasilitas bandara, serta kerapian petugas (X1.1 – X1.4)	4
	<i>Reliability</i>	Ketepatan jadwal, penanganan masalah, konsistensi layanan, dan akurasi data (X2.1 – X2.5)	5
	<i>Responsiveness</i>	Kesigapan, kejelasan informasi, dan kesediaan petugas membantu (X3.1 – X3.4)	4
	<i>Assurance</i>	Rasa aman, kesopanan, kepercayaan, dan pengetahuan petugas (X4.1 – X4.4)	4
	<i>Empathy</i>	Perhatian individu, pemahaman kebutuhan penumpang, dan kesesuaian jadwal (X5.1 – X5.5)	5
Customer Satisfaction (Y)	<i>Kepuasan Pelanggan</i>	Kesesuaian harapan, kepuasan keseluruhan, rekomendasi, dan minat beli ulang (Y1.1 – Y1.4)	4
Total Butir			26 Item

Teknik analisis data menggunakan *Structural Equation Modeling* berbasis *Partial Least Square* (SEM-PLS) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS. Evaluasi model mencakup *outer model* (uji validitas konvergen, validitas diskriminan, dan reliabilitas) serta *inner model* (koefisien determinasi R^2 , relevansi prediktif Q^2 , ukuran efek f^2 , serta uji signifikansi jalur melalui *bootstrapping* 5.000 subsampel).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil analisis *outer model*, seluruh indikator pada konstruk *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy*, dan *Customer Satisfaction* telah memenuhi kriteria konvergen dengan nilai *outer loading* di atas 0,70. Nilai *Average Variance Extracted* (AVE) dari seluruh konstruk juga berada di atas 0,50, sementara nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* melampaui ambang batas 0,70, yang menunjukkan bahwa instrumen penelitian memiliki reliabilitas yang baik. Selain itu, validitas diskriminan terpenuhi secara optimal berdasarkan kriteria *Fornell-Larcker* serta rasio *Heterotrait-Monotrait* (HTMT) di bawah 0,85. Pada pengujian model struktural (*inner model*), nilai koefisien determinasi (R^2) untuk variabel *Customer Satisfaction* diperoleh sebesar 0,482. Angka tersebut mengindikasikan bahwa 48,2% variasi kepuasan pelanggan pada Maskapai NAM Air rute Jakarta-Sampit dapat dijelaskan oleh kelima dimensi *service quality*, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Adapun nilai Q^2 sebesar 0,386 menunjukkan bahwa model memiliki relevansi prediktif yang baik. Pengujian hipotesis jalur struktural yang dilakukan melalui prosedur *bootstrapping* dengan 5.000 subsampel menghasilkan koefisien jalur dan tingkat signifikansi yang dirangkum pada Tabel 2 berikut:

Tabel 2. Hasil Pengujian Hipotesis Struktural (*Inner Model*)

Jalur Hubungan	Koefisien Jalur (β)	t-statistic	p-value	Kesimpulan
Tangibles → CS	-0,026	0,295	0,768	Tidak Signifikan
Reliability → CS	0,219	2,010	0,044	Signifikan
Responsiveness → CS	0,207	1,933	0,053	Tidak Signifikan
Assurance → CS	0,249	2,746	0,006	Signifikan
Empathy → CS	0,178	1,753	0,080	Tidak Signifikan

Berdasarkan Tabel 2, dari lima dimensi *service quality* yang diuji, hanya dua dimensi yang terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* pada taraf signifikansi 5% ($p < 0,05$), yaitu *assurance* ($\beta = 0,249$; $p = 0,006$) sebagai prediktor terkuat

dan reliability ($\beta = 0,219; p = 0,044$). Sementara itu, tiga dimensi lainnya, yaitu responsiveness ($\beta = 0,207; p = 0,053$), empathy ($\beta = 0,178; p = 0,080$), dan tangibles ($\beta = -0,026; p = 0,768$), tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan secara statistik ($p > 0,05$).

Pembahasan

Berdasarkan temuan analisis data, dimensi *tangibles* terbukti tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Pada rute penerbangan komuter fungsional seperti Jakarta-Sampit (CGK-SMQ), penumpang cenderung lebih mengutamakan esensi perjalanan dan ketepatan waktu operasional ketimbang terlalu mempermasalahkan estetika fasilitas fisik kabin maupun penampilan fisik pendukung semata. Sebaliknya, dimensi *reliability* menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menegaskan bahwa keandalan maskapai dalam menjaga ketepatan jadwal penerbangan, konsistensi layanan, serta akurasi informasi merupakan fondasi vital dalam merawat kepercayaan konsumen di tengah ketatnya persaingan rute.

Sementara itu, dimensi *responsiveness* mencatatkan arah pengaruh positif namun belum signifikan pada taraf 5%. Kendati demikian, nilai probabilitas yang mendekati ambang batas signifikansi menyiratkan bahwa kesiapan petugas dalam merespons kebutuhan penumpang tetap memegang peranan penting dalam situasi operasional tertentu. Lebih lanjut, dimensi *assurance* terbukti memberikan pengaruh positif dan menjadi prediktor terkuat yang paling signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Faktor rasa aman, keramahan, serta profesionalisme dan kompetensi kru kabin maupun staf darat menjadi penentu utama dalam industri penerbangan yang sangat sensitif terhadap isu keselamatan. Di sisi lain, dimensi *empathy* menunjukkan hubungan positif namun belum signifikan secara statistik, yang mengindikasikan bahwa bentuk perhatian secara personal belum menjadi faktor pembeda yang dominan bagi tipikal penumpang komuter pada rute ini.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan, penelitian ini membuktikan bahwa kualitas layanan (*service quality*) secara simultan memegang peranan penting terhadap kepuasan pelanggan pada Maskapai NAM Air rute Jakarta-Sampit (CGK-SMQ). Secara parsial, penarikan simpulan menunjukkan bahwa dimensi *reliability* dan *assurance* terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan penumpang, sementara dimensi *tangibles*, *responsiveness*, dan *empathy* tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan. Temuan baru (*novelty*) dari penelitian ini menegaskan bahwa bagi tipikal penumpang komuter pada rute penerbangan domestik berbiaya hemat, kepastian operasional, ketepatan jadwal, serta jaminan rasa aman dan profesionalisme kru jauh lebih diutamakan dibandingkan estetika fisik fasilitas pendukung semata. Kendati demikian, penelitian ini memiliki keterbatasan, antara lain cakupan sampel yang terbatas pada satu arah rute spesifik serta jumlah responden yang belum merepresentasikan seluruh pengguna secara makro. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan sampel ke dua arah penerbangan secara timbal balik, melibatkan variabel tambahan seperti kewajaran harga (*price fairness*) atau citra merek (*brand image*), serta menggunakan metode pengumpulan data kualitatif pendukung. Ucapan terima kasih disampaikan kepada pihak Politeknik Penerbangan Indonesia Curug, manajemen PT Sriwijaya Air Group/NAM Air, serta para dosen pembimbing yang telah memberikan dukungan moral dan akademis hingga terselesaikannya penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Nugroho, A. P. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui



- Mediasi Kepuasan Pelanggan pada Maskapai Penerbangan AirAsia Indonesia. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 25(1), 1–10.
- Nurgiansah, T. H. (2021). Pelatihan Penelitian Tindakan Kelas Bagi Guru Pendidikan Kewarganegaraan Di Sekolah Menengah Atas Se-Kabupaten Bantul. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 28–33. <https://doi.org/10.31949/jb.v2i1.566>
- Pardede, D. P. H. (2024). The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction in the Airline Industry in Tanzania. *International Journal of Aviation Management*, 11(2), 115–130.
- Subiyantoro, B., Santoso, B., & Rahmawati, E. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Maskapai Batik Air pada Bandar Udara Abdurahman Saleh Malang. *Jurnal Transportasi dan Logistik*, 9(1), 45–58.
- Susandy, G., Prasetyo, A., & Lestari, P. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Maskapai Penerbangan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Maskapai Penerbangan AirAsia). *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 7(2), 120–135.
- Turidisyah, R. H., Widodo, D. W., & Simanjuntak, P. I. (2026). Pengaruh Aspek Service Quality Terhadap Customer Satisfaction Maskapai NAM Air Pada Rute Jakarta-Sampit. *Jurnal Pendidikan Amarta*, 6(1), 50–62.
- Violin, V., Samuel, H., & Kaihatu, T. S. (2021). Pengaruh Konsep Low-Cost Carrier dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan pada Maskapai Lion Airlines di Indonesia. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 15(2), 85–94.
- Wibowo, A., & Pratama, R. (2023). Pengaruh Tangibles, Reliability, dan Assurance Terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi Udara Domestik. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, 9(3), 210–222.