

Pengaruh Inovasi Layanan *Check in* Maskapai Sriwijaya Air Terhadap Kepuasan Pelanggan di Yogyakarta International Airport

Eka Puspita Dewi Wonmaly¹ Kifni Yudianto²

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

Email: ekapuspitadewi@gmail.com¹

Abstrak

Penelitian ini membahas mengenai pengaruh inovasi layanan *Check In* Maskapai Sriwijaya Air terhadap kepuasan pelanggan di Yogyakarta International Airport. Bertujuan untuk mengetahui pengaruh inovasi layanan *Check In* Maskapai Sriwijaya Air terhadap kepuasan pelanggan serta, untuk mengetahui seberapa besar pengaruh inovasi layanan *Check In* terhadap kepuasan pelanggan. Inovasi menunjukkan bahwa semakin banyak manusia menciptakan pemikiran baru, maka semakin banyak juga yang akan mereka temukan. Subjek dalam penelitian ini adalah penumpang yang pernah melakukan penerbangan menggunakan maskapai Sriwijaya Air di Yogyakarta International Airport dengan jumlah 60 responden. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada sampel. Dalam pengesahannya akan dilakukan uji validitas, reliabilitas, regresi linear sederhana serta koefisien determinasi menggunakan IBM Statistik 26. Dari data yang diperoleh, didapati nilai signifikansi pada uji T 0,000 dan nilai R² sebesar 0,632 atau 63,2% dan sisanya 36,8% dipengaruhi dari variabel lain diluar penelitian ini.

Kata Kunci: Inovasi, Kepuasan Pelanggan, Sriwijaya Air, Yogyakarta International Airport



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

PENDAHULUAN

Transportasi merupakan salah satu bagian penting dan strategis bagi pembangunan suatu negara. Transportasi dijadikan sebagai sarana pendukung oleh masyarakat dalam melakukan niaga dan kegiatan sehari-hari, baik dari masyarakat kelas menengah atas sampai masyarakat menengah ke bawah. Masyarakat lebih memilih memanfaatkan alat transportasi yang paling cepat dan efisien, salah satunya yaitu transportasi udara. Tentu saja dengan adanya sarana transportasi pesawat udara yang cepat, maka pengguna jasa dari transportasi pesawat udara pun semakin bertambah setiap waktunya. Bandara merupakan salah satu prasarana penunjang fasilitas transportasi udara yang paling besar, semua fasilitas yang memungkinkan proses perekonomian berjalan dengan lancar sehingga memudahkan manusia untuk dapat memenuhi kebutuhannya. Perekonomian suatu negara juga memperoleh sejumlah besar manfaat dari industri transportasi udara, bandara dan transportasi udara dapat meningkatkan kualitas hidup dan meningkatkan taraf hidup banyak orang yang terlibat didalam industri ini. Kontribusi terpenting dari industri transportasi udara adalah memiliki dampak terhadap pertumbuhan bisnis di dunia global dan ekonomi nasional.

Pada masa sekarang ini transportasi udara sangat berkembang di Indonesia, dikarenakan transportasi ini merupakan salah satu pilihan jasa transportasi yang sangat cepat dan menghemat waktu. Penyedia jasa ini perlu meningkatkan pelayanannya dengan memenuhi kebutuhan pelanggan dan melakukan inovasi – inovasi yang mendukung untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Persaingan dalam bisnis layanan jasa di masa sekarang juga benar – benar berkembang pesat. Banyak perusahaan berusaha meningkatkan kualitas layanannya untuk mempertahankan pelanggan dan membuat inovasi – inovasi yang menarik pelanggan. Sehingga

kepuasan pelanggan terhadap perusahaan tersebut akan terjaga. Salah satu perusahaan terbesar yang bergerak di sektor jasa angkutan udara di Indonesia adalah PT. Angkasa Pura I, Sebagai pengelola bandar udara di setiap daerah di seluruh Indonesia. PT. Angkasa pura terbagi menjadi dua bagian wilayah yang dimana masing masing perusahaan mengelola bagian daerah masing- masing. Untuk wilayah Indonesia barat dikelola oleh PT. Angkasa Pura II dan untuk wilayah Indonesia Timur dikelola oleh PT. Angkasa Pura I.

Pengelola bandara selaku penyelenggara sektor transportasi udara dituntut untuk dapat menyediakan fasilitas dan selalu memberikan pelayanan secara optimal. Hal yang termasuk dalam pelayanan bandara terdiri dari ketepatan waktu, kenyamanan dan keselamatan penerbangan, untuk memenuhi harapan tersebut pelayanan bandara perlu ditunjang dengan fasilitas yang bagus, inovasi yang baik dan pelayanan yang handal seperti fasilitas tempat untuk *check-in* tiket pesawat, prosedur pemeriksaan x-ray, ruang tunggu, tempat parkir dan fasilitas yang lain. Kepuasan merupakan nilai yang dirasakan konsumen saat mengadakan pembelian suatu jasa. Kepuasan adalah langkah perbandingan antara pengalaman dan hasil evaluasi, dapat menghasilkan sesuatu yang nyaman secara jasmani dan rohani. Konsumen yang merasa puas dan menjadi konsumen yang berkomitmen juga dapat menjadi sumber rekomendasi positif bagi konsumen lainnya terhadap merek tersebut (Kotler dan Keller 2014).

Menurut Kotler (2006) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan konsumen menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas konsumen. Pihak pengelola juga perlu menciptakan inovasi-inovasi yang akan mendukung fasilitas-fasilitas yang ada agar para pelanggan merasa puas terhadap pelayanan yang di dapatkan pada saat bepergian di Yogyakarta International Airport terutama pada Maskapai Sriwijaya Air. Maskapai Sriwijaya Air merupakan salah satu maskapai yang aktif terutama dalam melayani penerbangan ke semua rute domestik. Maskapai ini memiliki fasilitas dan pelayanan yang baik bagi para penumpangnya, tidak heran pesawat Sriwijaya menjadi salah satu maskapai yang banyak dipilih untuk perjalanan udara. Menurut Fodness dan Murray (2007) kepentingan konsumen bandara yang sangat beragam harus mendapatkan pelayanan sesuai dengan harapan mereka agar penilaian yang di dapatkan terhadap inovasi dan pelayanan yang dirasakan konsumen itu dapat terus meningkat. Lebih jauh dikatakan, meskipun konsumen yang datang kebandara merupakan konsumen yang banyak melakukan perjalanan untuk tujuan penerbangan, namun kualitas bandara dan pelayanan yang diberikannya menjadi salah satu pertimbangan konsumen dalam memilih jadwal penerbangannya.

Inovasi layanan yang diberikan oleh pihak bandara sangat penting bagi kepuasan konsumen yang menggunakan jasa bandara. Konsumen harus merasa nyaman dengan layanan yang diberikan dan fasilitas – fasilitas yang di sediakan oleh pihak bandara International Yogyakarta, sehingga pelanggan merasa puas dan citra perusahaan yang baik bagi konsumennya. Inovasi dan layanan yang diberikan oleh pihak bandara diharapkan dapat memuaskan pelanggan tetapi kenyatannya masih banyak pelanggan yang belum terlalu merasakan manfaatnya. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen namun menurut penelitian sebelumnya faktor yang paling kuat untuk menunjukkan kepuasan pelanggan yaitu pemeriksaan keamanan, dan fasilitas terminal yang disediakan. Berdasarkan Peraturan Menteri Perhubungan Republik Indonesia PM Nomor 185 Tahun 2015 *Check In Counter* adalah proses pelaporan calon penumpang kepada badan usaha angkutan udara untuk

melakukan penerbangan. *Check In Counter* merupakan salah satu unit yang memberikan pelayanan kepada penumpang di bandar udara. Dengan meningkatnya jumlah pengguna transportasi udara saat ini, menuntut para petugas *check in counter* untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan kemampuan individu agar dapat memberikan pelayanan yang maksimal.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Inovasi layanan *Check In* Maskapai Sriwijaya Air terhadap kepuasan pelanggan di Yogyakarta International Airport “. Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh inovasi layanan *Check In* Maskapai Sriwijaya Air terhadap kepuasan pelanggan dan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh inovasi layanan *Check In* terhadap kepuasan pelanggan

Landasan teori

Kebandarudaraan

Menurut Undang-undang Republik Indonesia No. 1 tahun 2009, Bandar udara adalah kawasan di daratan dan/atau perairan dengan batas-batas tertentu yang digunakan sebagai tempat pesawat udara mendarat dan lepas landas, naik turun penumpang, bongkar muat barang, dan tempat perpindahan intra dan antarmoda transportasi yang dilengkapi dengan fasilitas keselamatan dan keamanan penerbangan, serta fasilitas pokok dan fasilitas penunjang lainnya. Bandar Udara dapat dibagi menjadi dua area berdasarkan lokasinya, yaitu *Air Side Area* (Sisi Udara) dan *Land Side Area* (Sisi Darat). *Air Side Area* Merupakan sistem yang berhubungan langsung dengan pergerakan pesawat meliputi *landing, taxing, dan take off*. *Land Side Area* Merupakan sistem yang mendukung kegiatan penerbangan meliputi bongkar muat, perawatan, serta penyediaan fasilitas saat penerbangan.

Yogyakarta International Airport

Bandar Udara Internasional Yogyakarta adalah sebuah Bandar Udara Internasional yang dibangun di Kapanéwon Temon, kabupaten Kulon Progo, Daerah Istimewa Yogyakarta. Bandar udara ini menggantikan Bandar Udara Internasional Adisutjipto yang sudah tidak mampu lagi menampung kapasitas penumpang dan pesawat. Bandar udara ini menggantikan Bandar Udara Internasional Adisutjipto yang sudah tidak mampu lagi menampung kapasitas penumpang dan pesawat. Bandar udara ini berdiri di tanah seluas 600 hektar dan diperkirakan menelan biaya Rp. 9 triliun. Bandara ini akan memiliki terminal seluas 210.000 meter persegi dengan kapasitas 20 juta penumpang per tahun. Selain itu, bandar udara tersebut diperkirakan akan memiliki hanggar seluas 371.125 meter persegi yang direncanakan bakal sanggup menampung hingga sebanyak 28 unit pesawat. Bandara ini juga dapat menampung pesawat berbadan lebar, seperti B777, B747, A380.

Layanan *Check-In*

Berdasarkan Peraturan Menteri Perhubungan Republik Indonesia PM Nomor 185 Tahun 2015 *Check In Counter* adalah proses pelaporan calon penumpang kepada badan usaha angkutan udara untuk melakukan penerbangan. *Check In counter* merupakan salah satu unit yang memberikan pelayanan kepada penumpang di bandar udara. *Check In* adalah proses konfirmasi calon penumpang pada maskapai sesaat sebelum menaiki pesawat terbang. Selain dapat dilakukan secara manual dengan cara mendaftarkan diri pada petugas maskapai di bandar udara, *Check In* juga dapat dilakukan dengan mesin *Self Check In* dan melalui *website* maskapai. Pada saat proses *Check In*, akan dilakukan pengecekan terhadap tiket, passport, visa, pengambilan *flight coupon*, pemeriksaan terhadap bagasi dan tentu juga pemberian label-label pada bagasi penumpang, pemberian boarding pass dan tidak lupa pemberian informasi

mengenai pembayaran *airport tax*, lokasi terminal dan *schedule* keberangkatan pesawat yang akan dinaiki. *Check In Counter* memiliki fungsi antara lain yaitu untuk memberikan nomor tempat duduk dalam bentuk boarding pass, menerima bagasi dari penumpang untuk dimasukkan ke dalam *compartment* bagasi pesawat, dan memastikan kebenaran identitas penumpang, masa berlaku tiket/kesesuaian foto dengan penumpang terkait, dan memastikan adanya izin atau visa yang dimiliki penumpang terkait jika akan memasuki negara yang dituju.

Profil PT. Sriwijaya Air

PT. Sriwijaya Air lahir sebagai perusahaan swasta murni yang didirikan oleh Chandra Lie, Hendry Lie, Johannes Bunjamin, dan Andy Halim. PT. Sriwijaya Air bergerak di bidang jasa transportasi udara. Maskapai ini berbasis di Soekarno Hatta International Airport, Jakarta. Bisnis utama perusahaan adalah menyediakan transportasi udara untuk penumpang dan kargo, baik lingkup nasional dan regional. Perusahaan didirikan pada tahun 2003. Sriwijaya Air merupakan salah satu maskapai yang aktif terutama dalam melayani penerbangan ke semua rute domestik. Maskapai ini memiliki fasilitas dan pelayanan yang baik bagi para penumpangnya, tidak heran pesawat Sriwijaya menjadi salah satu maskapai yang banyak dipilih untuk perjalanan udara. Sriwijaya Air berkonsentrasi pada bisnis penerbangan penumpang dan layanan pengiriman barang, dengan jangkauan nasional maupun regional. Sejak berdiri pada 10 November 2003, Sriwijaya Air berhasil mencapai target-target yang dikemas dalam misi dan visinya, seperti mengedepankan layanan berkualitas, menjadi maskapai penerbangan yang mampu bersaing secara nasional maupun regional, siap berekspansi bisnis pada level dunia, mengadopsi teknologi terkini dan manajemen perusahaan yang efektif dan efisien, mengundang turis domestik dan internasional ke berbagai destinasi, serta mencetak untung secara bisnis. Seperti Motto dari Sriwijaya Air yaitu “menjadikan semua pihak sebagai rekan kami saat terbang” atau yang biasa disingkat menjadi “*your flying partner*”.

Inovasi

Menurut Erspective dan Lusch (2015) inovasi adalah hasil rekombinasi dari sumber daya yang ada, logikanya inovasi menunjukkan bahwa semakin banyak manusia menciptakan pemikiran baru, maka semakin banyak juga yang akan mereka temukan. Artinya, setiap inovasi baru menjadi modul yang dapat dikombinasikan dengan sumber daya lain yang, pada gilirannya, menjadi modul untuk kemungkinan yang lebih inovatif, Artinya penggunaan inovasi tidak terbatas. Menurut Quintane, Casselman, Reiche dan Nylund (2011) inovasi berdasarkan karakternya di bagi menjadi dua dimensi, dimensi pertama berkaitan dengan kemungkinan untuk suatu inovasi menjadi proses atau hasil dari proses ini, inovasi sebagai suatu proses mengacu pada kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mengembangkan inovasi dan dijelaskan dengan konsep-konsep seperti produksi dan kemunculan, penemuan dan penciptaan, pengembangan, penyelesaian dan implementasi, atau pengantar dan aplikasi. Inovasi sebagai hasil dari proses ini dipertimbangkan dalam hal ide-ide baru, kombinasi, solusi atau proses, produk dan prosedur Dimensi kedua berkaitan dengan pentingnya diberikan kepada konsep pengetahuan dalam konseptualisasi inovasi. Inovasi sebagai keberhasilan ekonomi berkat adanya pengenalan cara baru atau kombinasi baru dari cara – cara lama dalam mentransformasi input menjadi output (teknologi) yang menghasilkan perubahan besar atau drastis dalam perbandingan antara nilai guna yang dipersepsikan oleh konsumen atas manfaat suatu produk (barang dan jasa) dan harga yang ditetapkan oleh produsen. Kemudian inovasi dalam konteks lebih luas bahwa inovasi yang berhasil mengandung arti tidak saja keberhasilan ekonomi melainkan juga keberhasilan sosial. Menurut Avanti Fontana (2011) inovasi yang

berhasil adalah inovasi yang menciptakan nilai besar untuk konsumen, untuk komunitas, dan lingkungan pada saat yang sama.

Inovasi Pelayanan atau Layanan

Menurut Cangkaew et.al (2012) Inovasi layanan adalah bentuk dari layanan baru yang diberikan perusahaan, metode kerja baru yang diterapkan perusahaan serta penggunaan teknologi yang mengikuti perkembangan zaman yang diberikan konsumen untuk memenuhi keinginan konsumen. Teknologi yang digunakan dengan mengikuti perkembangan akan mempercepat layanan yang diberikan kepada konsumen. Sedangkan menurut Delafrooz et.al (2013) inovasi layanan adalah kegiatan baru yang dilakukan perusahaan untuk menghasilkan layanan baru, prosedur baru atau proses dari meningkatkan nilai tambah bagi jasa yang diberikan perusahaan akan meningkatkan kinerja dari perusahaan. Menurut PANRB No. 30 Tahun 2014, inovasi pelayanan publik adalah terobosan jenis pelayanan publik baik yang merupakan gagasan atau ide kreatif orosinil dan adaptasi atau modifikasi yang memberikan manfaat bagi masyarakat, baik secara langsung maupun tidak langsung. Inovasi ini tidak harus berupa suatu penemuan baru, melainkan pula mencakup pendekatan baru, perluasan maupun peningkatan kualitas pada inovasi pelayanan publik yang ada. Menurut Yogi dalam LAN (2007), ditinjau secara lebih khusus pengertian inovasi dalam pelayanan publik bisa diartikan sebagai prestasi dalam meraih, meningkatkan dan memperbaiki efektifitas, efisiensi dan akuntabilitas pelayanan publik yang dihasilkan oleh inisiatif pendekatan, metodologi dan atau alat baru dalam pelayanan masyarakat. Dengan pengertian ini, inovasi pelayanan publik tidak harus diartikan sebagai upaya menyimpang dari prosedur, melainkan sebagai upaya dalam mengisi, menafsirkan, dan menyesuaikan aturan mengikuti keadaan setempat.

Kepuasan Pelanggan

Menurut Tjiptono dan Chandra (2011), kepuasan pelanggan adalah rangkuman berbagai intensitas respon aktif. Tipe respon efektif dan tingkat intensitas yang mungkin dialami konsumen harus didefinisikan secara eksplisit oleh peneliti, tergantung pada konteks penelitiannya. Kepuasan pelanggan menurut Kotler (2014) adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan. Metode untuk mengukur kepuasan pelanggan menurut Tjiptono (2011), adalah sistem keluhan dan saran setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan perlu menyediakan kesempatan dan akses yang mudah dan nyaman bagi para pelanggannya guna menyampaikan sara, kritik, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang digunakan bisa berupa kotak saran yang ditempatkan di lokasi – lokasi strategis (yang mudah dijangkau atau sering dilewati konsumen), kartu komentar (yang diisi langsung maupun dikirim via post pada perusahaan), saluran *telephone* khusus bebas pulsa, *website*, dan lain-lain. Informasi – informasi yang diperoleh melalui metode ini dapat memberikan ide – ide baru dan masukan yang berharga pada perusahaan, sehingga memungkinkannya untuk bereaksi secara tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah – masalah yang timbul. Menurut jurnal Razawi, Safari, Shafie, dan Khoram (2012), menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan harus menjadi tujuan akhir dari semua perusahaan. Dengan adanya bukti empiris mendukung pandangan ini, dengan alasan bahwa kepuasan pelanggan mengurangi proses yang bersifat positif, ditambahkan bahwa hubungan antara kepuasan pelanggan dan atribut layanan telah terbukti sulit untuk diterapkan tetapi dapat ditekankan kepada perusahaan bahwa manfaat dari kualitas pelayanan sangat bergantung kepada kepuasan konsumen. Menurut Kotler dan Keller dalam karangan Fandi Tjiptono (2014), kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya.

Penelitian yang Relevan

Tabel 1. Penelitian yang Relevan

No	Nama	Tahun	Judul	Hasil Penelitian
1	Prabowo Cahyo Ariyono	2018	Dampak Inovasi Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Peningkatan Nilai Pelanggan Di Bandara Adisutjipto Yogyakarta	Hasil dari penelitian ini adalah Kepuasan pelanggan tidak berpengaruh terhadap peningkatan nilai pelanggan dan inovasi layanan yang diterapkan diantaranya Micro Hotel, X-ray, <i>Self-service Tehcnology</i> , penggunaan sosial media oleh bandara, Kiosk tidak memiliki pengaruh secara moderasi kepada hubungan Kepuasan pelanggan dan peningkatan nilai pelanggan. Faktor yang paling berpengaruh untuk meningkatkan kepuasan pelanggan adalah <i>Security check</i> atau pemeriksaan keamanan untuk konsumen, artinya konsumen lebih mengharapkan standar pemeriksaan yang tinggi dan peralatan yang canggih di bandara Adisutjipto Yogyakarta.
2	Muhammad Iqbal Tejoprabowo	2021	Inovasi Pelayanan Sebagai Strategi Kompetitif Dari Bandar Udara Dalam Menghadapi Pertumbuhan Wisatawan di Pulau Karimunjawa	Hasil studi menunjukkan bahwa melalui inovasi pelayanan yang dilakukan dengan cara penciptaan pelayanan baru baik berupa proses atau prosedur layanan yang disesuaikan dengan peraturan pemerintah yang sudah ada serta meningkatkan nilai tambah bagi jasa yang diberikan dengan melihat indikator inovasi pelayanan dinilai sangat efektif dan efisien dalam merealisasikan strategi kompetitif Bandar Udara Dewadaru dalam menghadapi pertumbuhan wisatawan di Pulau Karimunjawa.
3	Siska Putri Utami	2021	Pengaruh Kinerja Petugas <i>Check In Counter</i> Citilink Terhadap Kepuasan Penumpang Di Yogyakarta International Airport	Hasil penelitian menunjukkan bahwa, terdapat pengaruh yang cukup signifikan yaitu sebesar 7,9% dari kinerja petugas <i>check in counter</i> Maskapai Citilink terhadap kepuasan penumpang. Setiap penambahan 1% kinerja petugas <i>check in counter</i> akan membawa pengaruh positif terhadap kepuasan penumpang.

Hipotesis

Hipotesis menurut Sugiyono (2020), adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian dan didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Berdasarkan hubungan antara variabel dalam kerangka pemikiran, maka dibuat hipotesis penelitian sebagai berikut:

1. H1. Adanya Pengaruh Inovasi Layanan *Check In* Maskapai Sriwijaya Air Terhadap Kepuasan Pelanggan.
2. H2. Tidak Adanya Pengaruh Inovasi Layanan *Check In* Maskapai Sriwijaya Air Terhadap Kepuasan Pelanggan.

METODE PENELITIAN

Peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2020) data kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan data konkrit, digunakan peneliti untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Karakteristik penelitian kuantitatif adalah sebagai berikut: Penelitian jenis kuantitatif disebut juga penelitian ilmiah; Proses penelitian mengikuti prosedur yang telah direncanakan; Pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian,

analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan; Penelitian ini lebih menekankan analisisnya pada data-data *numeric* (angka) yang diolah dengan menggunakan metode statistik sebagai alat uji perhitungan, sehingga dapat lebih mudah dipahami dan disimpulkan; Pada penelitian jenis Kuantitatif, analisis data dilakukan apabila semua data telah terkumpul; Pengumpulan data dilakukan melalui pengukuran dengan menggunakan alat objektif dan baku; Melibatkan perhitungan angka atau kuantifikasi; Dalam analisis data, peneliti harus memahami Teknik statistik. Dalam penelitian Kuantitatif ini, sampel sumber data dengan menggunakan teknik *Probability Sampling* dengan metode *Purposive Sampling*. Teknik ini adalah metode penetapan sampel dengan cara menentukan target dari kriteria populasi yang diperkirakan paling cocok untuk dikumpulkan datanya. Sehingga sangat tepat untuk digunakan dalam penelitian ini, karena peneliti dapat mengukur pengaruh kepuasan penumpang maskapai Sriwijaya Air di Yogyakarta International Airport. Oleh karena itu, peneliti menggunakan metode kuantitatif agar penelitian dapat lebih terarah sesuai dengan tujuan penelitian ini dibuat yaitu untuk mengetahui pengaruh dampak inovasi layanan *check in* maskapai Sriwijaya Air terhadap kepuasan penumpang di Yogyakarta International Airport.

Variabel Penelitian

Variabel adalah segala sesuatu berupa apa saja yang ditunjuk dan dipilih oleh seorang peneliti untuk dapat dipelajari sehingga nantinya diperoleh beberapa informasi terkait bersangkutan dengan beberapa hal yang sudah ditetapkan dalam penelitian yang bertujuan untuk mengetahui masalah apa yang timbul sehingga pada akhirnya dapat ditarik beberapa kesimpulan terkait dengan beberapa variabel tersebut. Pada umumnya variabel penelitian dibagi atas 2 (dua) jenis yakni variabel independent (X) atau lebih dikenal dengan variabel bebas dan variabel dependen (Y) yang dikenal dengan variabel terikat. Dan kedua variabel tersebut dapat diuraikan dengan: Variabel Independen (X). Menurut Sugiyono (2020) variabel independen yaitu variabel bebas yang dapat mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau munculnya variabel dependen (terikat). Dari variabel independent dalam penelitian ini yaitu dampak inovasi layanan *check in* maskapai Sriwijaya Air. Variabel Dependen (Y). Menurut Sugiyono (2020) variabel dependen atau variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, berkaitan dengan adanya variabel bebas (respon). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan di Yogyakarta International Airport.

Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2020) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Pada penelitian ini, peneliti menjadikan seluruh penumpang Maskapai Sriwijaya Air yang ada di Yogyakarta International Airport. Pada periode ini, subjek akan dibatasi dengan 60 responden. Teknik pengambilan sampel sendiri akan dilakukan secara acak dengan cara menyebarkan kuesioner secara online maupun offline. Penelitian ini dilakukan selama 2 bulan, mulai dari 01 Juni sampai dengan 30 Juli tahun 2023. Sampel Menurut Sugiyono (2020) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sedangkan ukuran sampel merupakan suatu langkah untuk menentukan besarnya sampel yang diambil dalam melaksanakan suatu penelitian. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan Teknik *Probability Sampling* dengan metode *Simple Random Sampling*. Menurut Sugiyono (2020) *probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Untuk menentukan besarnya sampel yang

diambil dari populasi pada Maskapai Sriwijaya Air di Bandar Udara Yogyakarta International Airport, maka peneliti menggunakan rumus slovin.

Teknik Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah data primer, yakni data yang diolah berupa angka yang didapat dari skala kuesioner yang peneliti sebar pada responden yang selanjutnya diolah dengan menggunakan software SPSS 23. Dalam penelitian ini data primer dikumpulkan melalui penyebaran Kuesioner online menggunakan google form melalui internet. Langkah- Langkah yang digunakan dalam penelitian ini adalah mengajukan ijin permohonan untuk melakukan penyebaran kuesioner kepada penumpang Maskapai Sriwijaya Air dari pihak Bandar Udara International Yogyakarta, mencari penumpang yang bersedia mengisi kuesioner tentang pengaruh inovasi layanan *Check In* Maskapai Sriwijaya Air terhadap kepuasan penumpang di Bandar Udara International Yogyakarta kemudian menarik kesimpulan dengan membaca dan merekap kuesioner yang telah diisi oleh penumpang dan data akan diolah. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengumpulan data berupa:

1. Kuesioner (Angket). Menurut Sugiyono (2020) kuesioner merupakan Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan Teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang diukur dan tahu apa yang bisa diharapkandari responden. Selain itu, kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Kuesioner dapat berupa pertanyaan-pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos, atau internet. Data-data tersebut akan diperoleh melalui media online melalui media sosial seperti Whatsap, Telegram, Instagram dan Facebook. Kelemahan metode penyebaran secara online yaitu dapat terjadinya double input oleh seorang responden untuk dua kuesioner. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan Skala Likert. Skala Likert merupakan alat yang biasanya digunakan untuk mengukur sikap pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono 2020). Dengan menggunakan skala likert ini, variabel yang akan diukur, dijabarkan menjadi indikator dalam variabel. Kemudian variabel-variabel tersebut akan dijadikan sebagai tolak ukur dalam penyusunan instrument yang dapat berupa sebagai pernyataan yang berisikan dengan pilihan yang berjenjang. Jawaban setiap item dalam instrumen yang menggunakan skala likert ini mempunyai gradasi dari yang positif sampai yang negatif. Data tersebut akan diolah dengan jawaban atas pertanyaan dalam penelitian ini akan menggunakan skor yang paling tinggi sampai yang rendah (1-5) yang akan menunjukkan setuju atau tidak setuju dari pernyataan yang diberikan oleh responden.
2. Studi Kepustakaan. Studi kepustakaan adalah pengumpulan data dengan cara mempelajari bahan-bahan literatur, serta sumber lain yang dikumpulkan guna membantu memperkut teori dan analisis.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini membahas mengenai pengaruh inovasi layanan *Check In* Maskapai Sriwijaya Air terhadap kepuasan pelanggan di Yogyakarta International Airport. Bertujuan untuk mengetahui pengaruh inovasi layanan *Check In* Maskapai Sriwijaya Air terhadap kepuasan pelanggan serta, untuk mengetahui seberapa besar pengaruh inovasi layanan *Check In* terhadap kepuasan pelanggan. Subjek dalam penelitian ini adalah penumpang yang pernah melakukan penerbangan Maskapai Sriwijaya Air di Yogyakarta International Airport yang berjumlah 60 responden. Waktu pada penelitian ini dilaksanakan pada tanggal 01 Juni sampai

dengan tanggal 30 Juli 2023. Berdasarkan hasil survey yang dilakukan dengan membagikan kuesioner terhadap penumpang di Yogyakarta International Airport dapat diketahui secara umum gambaran tentang responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini akan di klarifikasikan berdasarkan jenis kelamin, usia, Pendidikan terakhir. Penggolongan ini bermaksud untuk memudahkan peneliti agar mengetahui deskripsi responden secara jelas.

Uji Instrumen

Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2020) uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan suatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Tujuan uji validitas untuk mengetahui sejauh mana ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dilaporkan oleh peneliti. Keputusan suatu item valid atau tidak valid menurut (Sugiyono, 2020) dapat diketahui dengan cara mengkorelasikan antara skor butir dengan skor total, bila korelasi r di atas 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa butir instrumen tersebut valid. Perhitungan rumus tersebut menggunakan bantuan SPSS (*Statistical Service Solutions*).

Tabel 2. Uji Validitas X

Variabel X				
No. Pertanyaan	r Hitung	r Tabel 5% (n = 30)	Nilai Signifikasi	Keterangan
1	0.605	0,250	0,000	Valid
2	0.797	0,250	0,000	Valid
3	0.895	0,250	0,000	Valid
4	0.849	0,250	0,000	Valid
5	0.857	0,250	0,000	Valid
6	0.760	0,250	0,000	Valid
7	0.879	0,250	0,000	Valid

Sumber: Data Primer yang Dikelola, Tahun 2023

Pada tabel 2 merupakan hasil uji melalui SPSS untuk nilai validitas dan nilai signifikasi variabel X, pada uji ini butir pernyataan dinyatakan valid. Dimana pada setiap butir pernyataan dalam uji SPSS, didapati nilai signifikasi tidak lebih dari 0,05 dan nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel.

Tabel 3. Uji Validitas Y

Variabel Y				
No. Pertanyaan	r Hitung	r Tabel 5% (n = 30)	Nilai Signifikasi	Keterangan
1	0.714	0,250	0,000	Valid
2	0.844	0,250	0,000	Valid
3	0.826	0,250	0,000	Valid
4	0.832	0,250	0,000	Valid
5	0.891	0,250	0,000	Valid

Sumber: Data Primer yang Dikelola, Tahun 2023

Sesuai dengan keterangan mengenai syarat uji validitas yang telah tertulis pada penjelasan sebelumnya, demikian juga didapati hasil melalui uji SPSS pada uji validitas variabel Y, dimana nilai r hitung lebih besar dari pada r tabel dan nilai signifikasi tidak lebih dari 0,05.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas terhadap instrumen penelitian (kuesioner) dilakukan untuk menguji apakah hasil pengukuran dapat dipercaya, dalam hal ini jawaban responden terhadap

pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Dalam penelitian ini uji reliabilitas ditempuh dengan menggunakan metode *Cronbach's Alpha*. Kuesioner dinyatakan reliabel jika mempunyai nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60.

Tabel 4. Uji Reliabilitas X

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.912	7

Sumber: Data Primer yang Dikelola, Tahun 2023

Berdasarkan hasil uji reliabilitas variabel X pada tabel 4.3, diperoleh hasil uji yang reliabel dimana dilihat dari syarat uji reliabilitas nilai alpha cornbach harus melebihi dari 0,06. Pada tabel diatas didapati nilai 0,912 pada uji reliabilitas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa uji reliabilitas variabel X dinyatakan reliabel.

Tabel 5. Uji Reliabilitas Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.875	5

Sumber: Data Primer yang Dikelola, Tahun 2023

Selaras dengan penjelasan dari tabel sebelumnya, hasil dari uji reliabilitas variabel Y dinyatakan reliabel. Hal ini dibuktikan dengan hasil nilai *Cronbach Alpha* variabel Y sebesar 0,875 lebih besar 0,06.

Uji Parsial (t)

Uji t bertujuan untuk membuktikan hipotesis diterima atau ditolak. Dalam penelitian ini uji hipotesis digunakan untuk mengetahui:

1. H1. Adanya Pengaruh Inovasi Layanan *Check In* Maskapai Sriwijaya Air Terhadap Kepuasan Pelanggan.
2. H2. Tidak Adanya Pengaruh Inovasi Layanan *Check In* Maskapai Sriwijaya Air Terhadap Kepuasan Pelanggan.

Tabel 6. Hasil Uji T

ANOVA ^a						
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	317.169	1	317.169	102.447	.000 ^b
	Residual	179.564	58	3.096		
	Total	496.733	59			
a. Dependent Variable: Kepuasan						
b. Predictors: (Constant), Inovasi						

Hasil pengujian menggunakan IBM SPSS 25 *Statistic for windows*, diperoleh hasil nilai f hitung adalah sebesar 102.447 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,00. Maka dari itu dapat ditarik kesimpulan bahwa Adanya Pengaruh Inovasi Layanan *Check In* Maskapai Sriwijaya Air Terhadap Kepuasan Pelanggan maka H1 **Diterima**.

Uji Regresi Linear Sederhana

Uji regresi linear sederhana bertujuan untuk menguji satu variabel bebas terhadap satu variabel terikat, dan melihat apakah adanya hubungan antara variabel independent dan variabel dependen.

Tabel 7. Regresi Linear Sederhana

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.151	1.820		1.182	.242
	Inovasi	.629	.062	.799	10.122	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber: Data Primer yang Dikelola, Tahun 2023

Uji Koefisien Determinasi (r^2)

Koefisien determinan (r^2) digunakan untuk menggambarkan kemampuan model dan menjelaskan variasi yang dapat terjadi dalam variabel dependen. Untuk mengetahui seberapa besar persentase pengaruh antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.799 ^a	.639	.632	1.760

a. Predictors: (Constant), Inovasi

Dapat dilihat pada tabel 8 nilai r menjelaskan mengenai seberapa besar nilai korelasi antar variabel, yaitu sebesar 0.799 dan diperoleh nilai R Square (koefisien determinasi) sebesar 0.639 yang dimana nilai ini memiliki pengertian bahwa pengaruh variabel independen (Inovasi Layanan *Check In*) terhadap variabel dependen (kepuasan pelanggan) adalah sebesar 63,2% dan 36,8% yang dipengaruhi dari variabel lain di luar penelitian ini.

Pembahasan

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk menguji pengaruh inovasi layanan *check in* maskapai sriwijaya air terhadap kepuasan pelanggan di Yogyakarta *International Airport*. Berdasarkan dari hasil data yang telah dikumpulkan dari penyebaran kuesioner kepada para penumpang Sriwijaya Air di Yogyakarta *International Airport* data yang didapati telah diolah menggunakan SPSS, sesuai dengan rumusan masalah demikian penulis dapat menjelaskan data sebagai berikut:

1. Dari hasil penelitian yang diperoleh dan di uji oleh peneliti menunjukkan bahwa inovasi layanan *check in* maskapai sriwijaya air berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Yogyakarta *International Airport* dimana diperoleh hasil nilai f hitung adalah sebesar 102.447 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,00. Maka dari itu dapat ditarik kesimpulan bahwa Adanya Pengaruh Inovasi Layanan *Check In* Maskapai Sriwijaya Air Terhadap Kepuasan Pelanggan yang artinya H1 Diterima.
2. Dari hasil yang didapat dan di uji oleh peneliti menghasilkan hasil uji determinasi diperoleh bahwa variabel inovasi layanan *check in* berpengaruh pada variabel kepuasan pelanggan di Yogyakarta *International Airport* sebesar 0,632 atau 63,2% yang artinya variabel independen (inovasi layanan *check in*) berpengaruh pada variabel dependen (kepuasan pelanggan) di Yogyakarta *International Airport* sebesar 63,2% dan sisanya 36,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian dan pengelolaan data yang sudah dilakukan dan pembahasan pada bab sebelumnya maka penulis menarik kesimpulan bahwa adanya pengaruh positif signifikan antara variabel independen (inovasi layanan *check in*) terhadap variabel

dependen (kepuasan pelanggan) dimana hasil dari kesimpulan tersebut dapat dilihat bahwa adanya kesinambungan antar variabel berdasarkan uji coba secara statistika. Dari hasil uji statistika ditemukan fakta yang aktual yaitu bahwa variabel inovasi layanan check in berpengaruh pada variabel kepuasan pelanggan di Yogyakarta International Airport sebesar 0,632 atau 63,2% yang artinya variabel independent (inovasi layanan *check in*) berpengaruh pada variabel dependen (kepuasan pelanggan) di Yogyakarta International Airport sebesar 63,2% dan sisanya 36,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Terdapat beberapa saran yang disimpulkan oleh peneliti yaitu: Bagi pihak Maskapai, Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana dan sumber informasi, juga masukan serta bahan pertimbangan bagi instansi yang terkait untuk mengembangkan inovasi layanan *check in* terhadap kepuasan pelanggan maskapai Sriwijaya Air. Dari hasil penelitian diatas didapati pengaruh yang cukup besar yaitu sekitar 63% hubungan antara kedua variabel, seperti yang sudah dijelaskan pada pembahasan, sekali lagi kiranya hasil penelitian ini dapat ditinjau kembali bagi pihak maskapai agar dapat meningkatkan lagi inovasi mengenai layanan *check in* kepada penumpang untuk mempertahankan serta meningkatkan kepuasan pelanggan sebagai pengguna jasa maskapai. Bagi peneliti selanjutnya, Diharapkan penelitian ini dapat diteliti lebih lanjut lagi dengan menambah variabel baru sesuai dengan kemampuan peneliti selanjutnya. Dan sebagai bahan masukan, semoga pada penelitian yang akan mendatang dapat menggunakan metode yang berbeda dari penelitian ini guna memperoleh data yang lebih lengkap dan akurat lagi. Dikarenakan ini merupakan penelitian atau skripsi pertama peneliti, pasti terdapat kekurangan dalam penyusunan penelitian ini, hal ini disebabkan karena beberapa faktor yaitu waktu, sumber dan data penelitian, kemampuan peneliti dalam menulis dan menyusun penelitian ini serta hal terkait yang diperlukan dalam pembuatan penelitian ini. Maka dari itu peneliti berharap semoga dengan adanya penelitian ini kedepannya dapat meringankan peneliti selanjutnya dalam pencarian data terkait dalam penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariyono, P., C. 2018. Dampak inovasi layanan terhadap kepuasan pelanggan dan peningkatan nilai pelanggan di bandara adisutjipto yogyakarta. *Tesis*. Sarjana strata-1 Manajemen Universitas Islam Indonesia. Yogyakarta.
- Changkaew, L. Vadhanasindhu, P. Taweangsakulthai, D. dan Chandrachai, A. 2012. Three dimensions model: stage for service innovation in hospital. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business* 4(2): 806-814.
- Crawford De Benedetto. 2009. Marketing. Dalam Julianty. 2012. Environmental management accounting and innovation an exploratory analysis *Accounting, Auditing & Accountability Journal*. 23(7).
- Delafrooz, N. Taleghani, M. dan Taghineghad, M. 2013. Dampak inovasi layanan terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Internasional Pemasaran dan Teknologi* 3(5): 127-144.
- Dhewanto, W. Mulyaningsih, H., D. Permatasari, A. Anggadwita, G. dan Ameka, I. 2014. Manajemen Inovasi. Dalam *Peluang sukses menghadapi perubahan*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Diana Pale, F. 2012. Pengaruh kualitas pelayanan Check In Counter terhadap kepuasan pelanggan pada Maskapai Lion Air di Bandar Udara Internasional Yogyakarta. *Skripsi*. Sekolah Tinggi Teknologi Kedirgantaraan. Yogyakarta.
- Erspective, L., O., P. and Lusch, R., F. 2015. Service Innovation. *A Service Dominant Logic perspective, MIS Quarterly* 39(1):155-175.

- Fodness, D. dan Murray, B. 2007. Harapan penumpang terhadap kualitas layanan bandara. *Jurnal Pemasaran Jasa*. 21(7):492-506.
- Fontana, A. 2011. Innovative we can: Manajemen Inovasi dan Penciptaan Nilai Individu, organisasi, dan Masyarakat. *Cipta Inovasi Sejahtera*. Jakarta.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan program SPSS*. Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hu, K., C. dan Huang, M., C. 2011. Effects of Service Quality, Innovation and Corporate Image on Customer's Satisfaction and Loyalty of Air Cargo Terminal. *Interdisciplinary Journal Of Contemporary Research In Business*. Taiwan
- Indrasari, M. 2019. Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan: pemasaran dan kepuasan pelanggan. unitomo press.
- Kotler, P. dan Kevin, L., K. 2014. Manajemen Pemasaran. *Edisi 13 jilid 1*. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip. dan K.L. Keller. 2012. Manajemen Pemasaran. Dalam Tjiptono, F. *Edisi 13 Jilid 2*. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Mu'izzun Nur, F. 2021. Analisis kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan di unit Check In Counter Bandar Udara Dewadaru Karimunjawa. *Skripsi*. Sekolah Tinggi Teknologi Kedirgantaraan. Yogyakarta.
- Putri Utami, S. 2021. Pengaruh kinerja petugas Check-In Counter Citilink terhadap kepuasan penumpang di Yogyakarta International Airport. *Dissertation*. Sekolah Tinggi Teknologi Kedirgantaraan. Yogyakarta.
- Quintane E., R. Casselman, M., B. Reiche S. Nylund. P. 2011. Innovation as a knowledge based outcom. *Journal of Knowledge Management* 15(6): 928– 947.
- Razavi, SM. Safari, H. Shafie, H. dan Rezaei Vandchali, H. 2012. Bagaimana kepuasan pelanggan, citra perusahaan dan loyalitas pelanggan terkait?. *Jurnal Penelitian Ilmiah Eropa* 78(4): 588-596.
- Sugiyono. 2020. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Penerbit Alfabeta. Bandung
- Tejoprabowo, M., I. 2021. Inovasi Pelayanan Sebagai Strategi Kompetitif Dari Bandar Udara Dalam Menghadapi Pertumbuhan Wisatawan Di Pulau Karimunjawa. *Dissertation*. Sekolah Tinggi Teknologi Kerdigantaraan. Yogyakarta.
- Thomson, M., MacInnis, DJ. dan Whan Park, C. 2005. Ikatan yang mengikat: Mengukur kekuatan keterikatan emosional konsumen terhadap merek. *Jurnal psikologi konsumen* 15 (1): 77-91.
- Tjiptono, F. dan Chandra, G. 2011. Service, Quality & Satisfaction. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2011. Service Quality and Satisfaction. *Edisi 3*. Penerbit Andi. Yogyakarta.