

**ARTIKEL**

**KETEPATAN WAKTU, KEMUDAHAN MENDAPATKAN TIKET, DAN  
KENYAMANAN PENERBANGAN TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMILIHAN PENERBANGAN BATIK AIR**



**Oleh:**

**ARPRASETYO UTOMO**

**14.1.02.02.0361**

**Dibimbing oleh :**

- 1. Ichsannudin, Drs. Ec. M.M**
- 2. Moch Wahyu Widodo, M.M.**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI  
TAHUN 2018  
SURAT PERNYATAAN**



## SURAT PERNYATAAN ARTIKEL SKRIPSI TAHUN 2018

**Yang bertanda tangan di bawah ini:**

Nama Lengkap : Arprasetyo Utomo  
NPM : 14.1.02.02.0361  
Telepon/HP : 082229999489  
Alamat Surel (Email) : arprasetyoutomo@gmail.com  
Judul Artikel : Ketepatan waktu, kemudahan mendapatkan tiket, dan kenyamanan penerbangan terhadap keputusan pemilihan penerbangan batik air  
Fakultas – Program Studi : Ekonomi-Manajemen  
Nama Perguruan Tinggi : Universitas Nusantara PGRI Kediri  
Alamat Perguruan Tinggi : Jalan K.H. Achmad Dahlan No. 76 Kediri (64112) Telp. (0354) 771576, Fax. 771576

Dengan ini menyatakan bahwa :

- artikel yang saya tulis merupakan karya saya pribadi (bersama tim penulis) dan bebas plagiarisme;
- artikel telah diteliti dan disetujui untuk diterbitkan oleh Dosen Pembimbing I dan II.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian data dengan pernyataan ini dan atau ada tuntutan dari pihak lain, saya bersedia bertanggungjawab dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

| Mengetahui   |  | Kediri, 26 Agustus 2018  |
|--|--|--|
| Pembimbing I   | Pembimbing II  | Penulis,   |
| <br><u>Ichsannudin, Drs. Ec. M.M.</u><br>NIDN. 0723105703 | <br><u>Moch. Wahyu Widodo, M.M.</u><br>NIDN. 0721088505 | <br><u>Arprasetyo Utomo</u><br>NPM. 14.1.02.02.0361 |



# KETEPATAN WAKTU, KEMUDAHAN MENDAPATKAN TIKET, DAN KENYAMANAN PENERBANGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMILIHAN PENERBANGAN BATIK AIR

Arprasetyo Utomo  
14.1.02.02.0361  
Ekonomi – manajemen

Nama Dosen Pembimbing : 1. Ichsannudin, Drs, M.M.  
Nama Dosen Pembimbing : 2. Moch. Wahyu Widodo., M.M.  
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

## ABSTRAK

Perkembangan bisnis transportasi saat ini semakin meningkat, khususnya transportasi udara. Hal ini dapat membuat persaingan bisnis semakin ketat, karena pemilik usaha transportasi udara dituntut untuk dapat mempertahankan bisnisnya. Salah satunya adalah maskapai penerbangan Batik Air. Batik Air mempunyai beberapa permasalahan yang muncul pada Batik Air seperti ketepatan waktu penerbangan, kemudahan mendapatkan tiket dan kenyamanan penerbangan. Penelitian ini bertujuan untuk: (1) mengetahui dan menganalisis pengaruh ketepatan waktu penerbangan terhadap keputusan pemilihan penerbangan Batik Air, (2) mengetahui dan menganalisis pengaruh kemudahan mendapatkan tiket terhadap keputusan pemilihan penerbangan Batik Air, (3) mengetahui dan menganalisis pengaruh kenyamanan penerbangan terhadap keputusan pemilihan penerbangan Batik Air, (4) mengetahui dan menganalisis pengaruh ketepatan waktu penerbangan, kemudahan mendapatkan tiket dan kenyamanan penerbangan secara bersama-sama terhadap keputusan pemilihan penerbangan Batik Air.

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan melalui observasi langsung serta penyebaran kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen maskapai Batik Air di Juanda dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Sampel dipilih menggunakan teknik probability sampling dengan teknik sampel yaitu *simple random sampling*. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, analisis koefisien determinansi, serta pengujian hipotesis (uji t dan uji F).

Hasil dari penelitian ini adalah menunjukkan bahwa secara simultan variabel independen yaitu ketepatan waktu, kemudahan mendapatkan tiket dan kenyamanan penerbangan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu keputusan pemilihan penerbangan. Pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa: (1) ketepatan waktu berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pemilihan penerbangan, (2) kemudahan mendapatkan tiket berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pemilihan penerbangan, (3) kenyamanan penerbangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pemilihan penerbangan.

**Kata Kunci** : Ketepatan Waktu, Kemudahan Mendapatkan Tiket, Kenyamanan Penerbangan, Keputusan pembelian



## I. LATAR BELAKANG

Kualitas pelayanan dalam penerbangan merupakan bagian hal yang sangat penting untuk diwujudkan oleh perusahaan jasa. Karena pelayanan merupakan ujung tombak dalam usaha di bidang jasa. Kualitas pelayanan merupakan bagian utama strategi perusahaan penerbangan dalam rangka meraih keunggulan yang berkesinambungan berkaitan dengan harapan konsumen. Salah satu faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah kualitas pelayanan perusahaan. Menurut Kotler (2009:87) Perusahaan yang dapat memberikan pelayanan yang berkualitas sesuai dengan profesi dan konsumen merasa mendapatkan kepuasan maka akan tercipta pembelian kembali, dan sebaliknya.

Perusahaan jasa angkutan udara penting untuk memberikan pelayanan yang membuat para pemakai jasa merasakan kepercayaan dalam perjalanan. Muhammad (2004:119) berpendapat bahwa kepuasan pelanggan sebagai tingkat perasaan seseorang yang telah menggunakan jasa setelah membandingkan hasil yang dirasakan atau yang diperoleh sesuai dengan harapannya.

Pelayanan merupakan pemberian suatu kinerja atau tindakan tak kasat

mata dari suatu pihak kepihak lain. Pengguna jasa menginginkan tingkat keselamatan yang terjamin dengan pelayanan yang baik dan merasakan kepercayaan dalam perjalanan. Menurut Daniel (2011:482) mendefinisikan pelayanan sebagai hasil dari usaha penggunaan manusia dan mesin terhadap sejumlah orang.

Pemilihan transportasi udara sebagai sarana transportasi lebih kepada efesiansi waktu dan kenyamanan. Dibandingkan dengan alat transportasi lainnya seperti transportasi darat dan transportasi laut, dan cenderung digunakan oleh masyarakat golongan berpendapatan tinggi. Masuknya maskapai penerbangan Batik Air yang menawarkan tiket dengan harga murah berhasil meraih pasar. Batik Air bisa menggaet konsumen potensial yaitu orang-orang yang sebelumnya tidak pernah menggunakan jasa transportasi udara karena tarif yang mahal. Masuknya Batik Air membuat industri penerbangan semakin diminati oleh perusahaan lainnya untuk meramaikan pasar penerbangan nasional.

Wibowo dan Ruswanti bahwa (2013:57), Kualitas pelayanan merupakan suatu cara untuk mengetahui seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang diterima. Kenyamanan

merupakan prioritas utama di dunia penerbangan. Kiblat industri yang sarat teknologi tinggi ini adalah ke Barat, tempat pesawat terbang dilahirkan dan dibesarkan selama lebih dari 100 tahun ini. Banyak maskapai penerbangan yang sudah memberikan layanan prima demi kenyamanan dari setiap konsumen. Karena dengan memberikan kenyamanan pelayanan dalam pelayanan maka maskapai dengan secara tidak langsung sudah mengubah persepsi buruk konsumen terhadap perusahaan. Dari latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka penulis tertarik melakukan penelitian yang berjudul “Ketepatan Waktu, Kemudahan Mendapatkan Tiket, dan Kenyamanan Penerbangan terhadap Keputusan Pemilihan Penerbangan Batik Air”.

## **II. METODE**

### **A. Pendekatan dan Teknik Penelitian**

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif Menurut Noor (2011: 38), penelitian kuantitatif merupakan metode untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antar variabel. Variabel tersebut diukur dengan menggunakan instrumen penelitian sehingga data yang terdiri angka-angka dianalisis berdasarkan prosedur statistika.

Teknik penelitian yang dilakukan pada penelitian ini adalah secara eksplanatori. Menurut Supriyanto dan machfudz (2010:237), penelitian eksplanatori adalah untuk menguji hipotesis antar variabel yang di hipotesiskan. Alasan utama memilih jenis penelitian eksplanatori karena untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya agar dapat menjelaskan pengaruh variabel bebas yaitu Faktor Ketepatan Layanan Penerbangan (X1), Faktor Kemudahan Layanan Penerbangan (X2), dan Faktor Kenyamanan Layanan Penerbangan (X3) terhadap variabel terikat Keputusan Pembelian (Y) baik secara parsial maupun simultan.

### **B. Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Bandara Juanda Surabaya sebagai objek penelitian. Waktu Penelitian ini di laksanakan selama tiga bulan yaitu pada bulan April 2018 sampai dengan Juni 2018.

### **C. Populasi dan Sampel**

Populasi pada penelitian ini adalah seluruh penumpang yang menggunakan layanan Batik Air. Sedangkan sampel yang digunakan

adalah 100 orang yang menggunakan jasa Batik Air dan tehnik pengambilan sampel menggunakan *simple random sampling*.

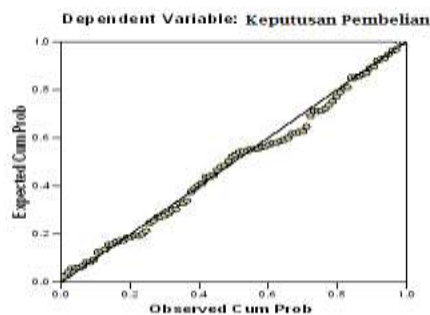
Sebaliknya, jika  $VIF > 10$ , tidak terjadi multikolinieritas., Faktor Kemudahan Layanan Penerbangan, dan Faktor Kenyamanan Layanan Penerbangan.

### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Uji Asumsi Klasik

##### Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



**Gambar 4.1**  
**Uji Normalitas**

Sumber: Data primer diolah SPSS 2018

Dari grafik hasil uji normalitas terhadap model regresi yang dapat dilihat, terlihat titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal, serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Maka model regresi layak dipakai karena telah memenuhi asumsi normalitas.

##### Uji Multikolinearitas

Untuk mendeteksi adanya multikolinieritas, dapat dilihat dari Value Inflation Factor (VIF). Apabila  $VIF > 10$ , terjadi multikolinieritas.

**Tabel 4.6**  
**Uji Multikolinieritas**

| Model |                                       | Coefficients <sup>a</sup> |       |
|-------|---------------------------------------|---------------------------|-------|
|       |                                       | Tolerance                 | VIF   |
| 1     | (Constant)                            |                           |       |
|       | Faktor Ketepatan Layanan Penerbangan  | .997                      | 1.005 |
|       | Faktor Kemudahan Layanan Penerbangan  | .996                      | 1.004 |
|       | Faktor Kenyamanan Layanan Penerbangan | .897                      | 1.007 |

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data primer diolah SPSS 2018

Berdasarkan hasil tersebut diketahui bahwa dalam produk regresi tidak terjadi multikolinieritas atau korelasi yang sempurna diantara variabel-variabel bebas, yaitu harga, lokasi dan fasilitas yang ditunjukkan melalui nilai VIF lebih kecil dari 10 dan nilai Tolerance lebih besar dari 0,1.

##### Uji Autokorelasi

| Mod el | R                 | R Square | Durbin-Watson |
|--------|-------------------|----------|---------------|
| 1      | .868 <sup>a</sup> | .837     | 1.854         |

a. Predictors: (Constant), Faktor Ketepatan Layanan Penerbangan, Faktor Kemudahan Layanan Penerbangan, Faktor Kenyamanan Layanan Penerbangan

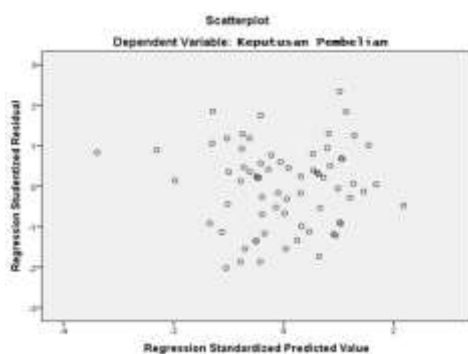
b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan output di atas, diketahui nilai DW 1,854 selanjutnya nilai ini akan kita bandingkan dengan nilai tabel signifikansi 5% jumlah



sampel  $N=70$  dan jumlah variabel independen 1 ( $K=3$ ) diperoleh nilai  $dL$  sebesar 1,525 dan  $dU$  sebesar 1,703. Nilai  $DW$  1,854 lebih besar dari batas atas  $dU$  yakni 1,703 dan kurang dari ( $4-dU$ )  $4-1,703 = 2,297$ . Nilai autokorelasi di antara  $1,703 < 1,854 < 2,297$  maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi.

#### Uji Heteroskedastisitas



**Gambar 4.2**

#### Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Data primer diolah SPSS 2018

Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan SPSS Versi 21, maka dapat diketahui bahwa tidak terdapat pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal, serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Hal tersebut dapat diartikan bahwa data dari hasil jawaban responden tentang harga, lokasi dan fasilitas tidak mempunyai standar deviasi atau penyimpangan data yang sama terhadap kepuasan konsumen maka

model regresi ini layak dipakai karena telah memenuhi asumsi normalitas.

#### Analisis Linier Berganda

**Tabel 4.8**

#### Analisis Regresi Linier Berganda

| Coefficients <sup>a</sup> |                                       |                             |            |
|---------------------------|---------------------------------------|-----------------------------|------------|
| Model                     |                                       | Unstandardized Coefficients |            |
|                           |                                       | B                           | Std. Error |
| 1                         | (Constant)                            | 9.165                       | 4.749      |
|                           | Faktor Ketepatan Layanan Penerbangan  | .902                        | .603       |
|                           | Faktor Kemudahan Layanan Penerbangan  | .354                        | .185       |
|                           | Faktor Kenyamanan Layanan Penerbangan | .521                        | .143       |

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data primer diolah SPSS 2018

Berdasarkan hasil perhitungan di atas maka persamaan regresi disusun sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = 9,165 + 0,902 X_1 + 0,354 X_2 + 0,521 X_3 + 0,05$$

Artinya :

1.  $a = 9,165$ : menunjukkan besarnya kepuasan konsumen pada saat variabel Faktor Ketepatan Layanan Penerbangan ( $X_1$ ), Faktor Kemudahan Layanan Penerbangan ( $X_2$ ), dan Faktor Kenyamanan Layanan Penerbangan ( $X_3$ ) diasumsikan tidak memiliki pengaruh sama sekali, maka kepuasan konsumen adalah sebesar 9,165. Dalam hal ini keputusan pembelian masih bernilai positif meskipun tanpa ketiga variabel tersebut yang disebabkan oleh faktor lain.

2.  $b_1 = 0,902$ : apabila Faktor Ketepatan Layanan Penerbangan ( $X_1$ ) naik 1 (satu) satuan sedangkan Faktor Kemudahan Layanan Penerbangan ( $X_2$ ) dan Faktor Kenyamanan Layanan Penerbangan ( $X_3$ ) tetap maka keputusan pembelian akan naik sebesar 0,902 satuan.

3.  $b_2 = 0,354$ : apabila Faktor Kemudahan Layanan Penerbangan ( $X_2$ ) naik 1 (satu) satuan sedangkan Faktor Ketepatan Layanan Penerbangan ( $X_1$ ) dan Faktor Kenyamanan Layanan Penerbangan ( $X_3$ ) tetap maka keputusan pembelian akan naik sebesar 0,354 satuan.

$b_3 = 0,521$ : apabila Faktor Kenyamanan Layanan Penerbangan ( $X_3$ ) naik 1 (satu) satuan sedangkan Faktor Ketepatan Layanan Penerbangan ( $X_1$ ) dan Faktor Kemudahan Layanan Penerbangan ( $X_2$ ) tetap maka keputusan pembelian akan naik sebesar 0,521 satuan.

**Koefisien Determinasi**

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi**

| Model Summary <sup>b</sup> |                   |          |                   |
|----------------------------|-------------------|----------|-------------------|
| Model                      | R                 | R Square | Adjusted R Square |
| 1                          | .868 <sup>a</sup> | .837     | .834              |

a. Predictors: (Constant), Faktor Ketepatan Layanan Penerbangan, Faktor Kemudahan Layanan Penerbangan, Faktor Kenyamanan Layanan Penerbangan

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian  
Sumber: Data primer diolah SPSS 2018

Berdasarkan *Adjusted R Square* yang didapat adalah 0,834. Hal ini berarti 83,4 % ketepatan waktu, kemudahan mendapatkan tiket, dan kenyamanan penerbangan menjelaskan keputusan pembelian dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain sebesar 16,6% yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Uji Hipotesis**

**Uji t**

Uji t yaitu suatu uji untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel bebas secara parsial atau individual terhadap variabel terikat. Hasil uji t pada penelitian dapat dilihat pada tabel 4.10 berikut ini:

**Tabel 4.10**  
**Uji t**

| Coefficients <sup>a</sup> |                                       |       |      |
|---------------------------|---------------------------------------|-------|------|
|                           | Model                                 | t     | Sig. |
| 1                         | (Constant)                            | 6.141 | .000 |
|                           | Faktor Ketepatan Layanan Penerbangan  | 3.652 | .001 |
|                           | Faktor Kemudahan Layanan Penerbangan  | 5.168 | .000 |
|                           | Faktor Kenyamanan Layanan Penerbangan | 2.564 | .004 |

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan tabel 4.10 di atas maka dapat diketahui bahwa:

1. Nilai signifikan terbesar yang telah ditentukan yakni sebesar 5% atau 0,05. Dari perhitungan di atas diperoleh nilai signifikan variabel

$X_1$  adalah  $0,001 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini berarti variabel  $X_1$  secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel Y.

2. Nilai signifikan terbesar yang telah ditentukan yakni sebesar 5% atau 0,05. Dari perhitungan di atas diperoleh nilai signifikan variabel  $X_2$  adalah  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini berarti variabel  $X_2$  secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel Y.
3. Nilai signifikan terbesar yang telah ditentukan yakni sebesar 5% atau 0,05. Dari perhitungan di atas diperoleh nilai signifikan variabel  $X_3$  adalah  $0,004 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini berarti variabel  $X_3$  secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel Y.

### Uji F

Uji F dalam penelitian ini menggunakan uji ANOVA. Uji ini dapat digunakan untuk mengetahui pengaruh bersama-sama (simultan) variabel bebas (Faktor Ketepatan Layanan Penerbangan, Faktor Kemudahan Layanan Penerbangan dan Faktor Kenyamanan Layanan Penerbangan) terhadap variabel terikat (kepuasan konsumen)

**Tabel 4.11**  
**Uji F**

| ANOVA <sup>a</sup> |        |                   |
|--------------------|--------|-------------------|
| Model              | F      | Sig.              |
| Regression         | 31.647 | .000 <sup>b</sup> |
| 1 Residual         |        |                   |
| Total              |        |                   |

a. Predictors: (Constant), Faktor Ketepatan Layanan Penerbangan, Faktor Kemudahan Layanan Penerbangan, Faktor Kenyamanan Layanan Penerbangan

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data primer diolah SPSS 2018

Berdasarkan tabel di atas pegujian pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya dilakukan dengan menggunakan uji F.  $H_0$  ditolak,  $H_a$  diterima, hasil perhitungan statistik menunjukkan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Artinya harga, lokasi dan fasilitas secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

## IV. PEMBAHASAN

### A. Pengaruh Faktor Ketepatan Layanan Penerbangan terhadap Keputusan Konsumen

Faktor Ketepatan Layanan Penerbangan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Konsumen Batik Air. Hal ini terlihat pada hasil perhitungan uji t pada tabel 4.10 yang menunjukkan dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $3,652 > 1,684$  atau nilai signifikan 0,001. Karena

nilai signifikan lebih kecil dari pada 0,05 berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Jadi ada pengaruh signifikan diantara harga dengan kepuasan konsumen.

Berdasarkan teori Keputusan pembelian merupakan sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada setiap kegiatan manusia untuk membeli suatu barang atau jasa dalam memenuhi keinginan atau kebutuhannya yang terdiri atas pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, evaluasi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian, dan tingkah laku setelah pembelian (Swasta dan Handoko, 2010:15).

### **B. Pengaruh Faktor Kemudahan Layanan Penerbangan terhadap Keputusan Konsumen**

Faktor Kemudahan Layanan Penerbangan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Konsumen Batik Air. Hal ini terlihat pada hasil perhitungan uji t pada tabel 4.10 yang menunjukkan dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $5,168 > 1,684$  atau nilai signifikan 0,000. Karena nilai signifikan lebih lebih kecil dari 0,05 berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$

diterima. Jadi ada pengaruh signifikan antara Faktor Kemudahan Layanan Penerbangan dengan Keputusan Konsumen.

Berdasarkan teori Keputusan pembelian merupakan suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan itu diperoleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya (Assauri, 2004:141). Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Lena Ellitan (2011), Analisis Multi Atribut yang Mempengaruhi Preferensi Belanja Online Produk Tiket Pesawat di Kalangan Mahasiswa UKSW, yang menyatakan bahwa variabel Faktor Kemudahan Layanan Penerbangan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

### **C. Pengaruh Faktor Kenyamanan Layanan Penerbangan terhadap Keputusan Pembelian**

Faktor Kenyamanan Layanan Penerbangan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Batik Air. Hal ini terlihat pada hasil perhitungan uji t pada tabel 4.10 yang

menunjukkan dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $2,564 > 1,684$  atau nilai signifikan  $0,004$ . Karena nilai signifikan lebih kecil dari  $0,05$  berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Jadi ada pengaruh signifikan antara Faktor Kenyamanan Layanan Penerbangan dengan Keputusan Pembelian.

Menurut teori Setiadi (2003:415) adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasi sikap pengetahuan, untuk mengetahui dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu di antaranya. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Elvi Lastriani (2010), Analisis Faktor-Faktor Yang Dipertimbangkan Konsumen Dalam Pemilihan Maskapai Penerbangan Sebagai Alat Transportasi Udara Di Kota Pekanbaru, yang menyatakan bahwa variabel Faktor Kenyamanan Layanan Penerbangan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

#### **D. Pengaruh Faktor Ketepatan Layanan Penerbangan, Faktor Kemudahan Layanan Penerbangan dan Faktor Kenyamanan Layanan Penerbangan terhadap Keputusan Pembelian**

Hasil dari pengujian hipotesis empat yang telah dilakukan

menunjukkan bahwa secara simultan Faktor Ketepatan Layanan Penerbangan, Faktor Kemudahan Layanan Penerbangan dan Faktor Kenyamanan Layanan Penerbangan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Berdasarkan tabel 4.10 diperoleh nilai signifikan Uji F sebesar  $0,000$  yang artinya lebih kecil dari tingkat signifikansi yaitu  $0,05$  atau  $5\%$ , sehingga dapat dikatakan bahwa secara simultan Faktor Ketepatan Layanan Penerbangan, Faktor Kemudahan Layanan Penerbangan dan Faktor Kenyamanan Layanan Penerbangan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Dengan nilai koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar  $0,737$  yang berarti bahwa  $73,7\%$  Keputusan Pembelian Batik Air dapat dijelaskan pengaruhnya oleh variabel Faktor Ketepatan Layanan Penerbangan, Faktor Kemudahan Layanan Penerbangan dan Faktor Kenyamanan Layanan Penerbangan. Sedangkan sisanya yaitu sebesar  $26,3\%$  dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti atau tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Dari ketiga variabel independen tersebut, variabel yang dominan terhadap Keputusan Pembelian adalah Faktor Kemudahan Layanan

Penerbangan (X2) karena mempunyai nilai tertinggi pada *Standardized Coefficients Beta* yaitu sebesar 0,457 yang dapat dilihat pada tabel 4.10.

## V. PENUTUP

### Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, maka kesimpulan yang dapat ditarik dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Faktor Ketepatan Layanan Penerbangan terhadap Keputusan Pembelian Batik Air di Bandara Juanda Surabaya.
2. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Faktor Kemudahan Layanan Penerbangan terhadap Keputusan Pembelian Batik Air di Bandara Juanda Surabaya.
3. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Faktor Kenyamanan Layanan Penerbangan terhadap Keputusan Pembelian Batik Air di Bandara Juanda Surabaya.
4. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Faktor Ketepatan Layanan Penerbangan, Faktor Kemudahan Layanan Penerbangan dan Faktor Kenyamanan Layanan

Penerbangan terhadap Keputusan Pembelian Batik Air di Bandara Juanda Surabaya.

### Saran

Diharapkan bagi penelitian selanjutnya melakukan pengembangan penelitian terkait antara Faktor Ketepatan Layanan Penerbangan, Faktor Kemudahan Layanan Penerbangan dan Faktor Kenyamanan Layanan Penerbangan, dengan harapan penelitian ini lebih berkembang.

## VI. DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2002. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Assauri, Sofyan. 2004. *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*. Jakarta: PT. Grafindo Persada.
- Bandara. 2012. *Kinerja Anggota Inaca 2011. Tahun ke IV. Oktober*. Hal 75.
- Chaffey, et al. 2003. "Analisis Multi Atribut Yang Mempengaruhi Preferensi Belanja Online Produk Tiket Pesawat di Kalangan Mahasiswa UKWMS". Dalam jurnal *National Conference UKWMS*. Surabaya: UKWMS.
- Daniel, Mc Carl. 2001. *Pemasaran*. Edisi Pertama. Jakarta: Salemba Empat.

- Departemen Pendidikan Nasional. 2000. Kamus Besar Bahasa Indonesia. Jakarta: Balai Pustaka.
- Ghozali, Imam. 2006. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Indrakusuma, Johannes dan Ellitan, Lena. 2008. "Analisis Multi Atribut Yang Mempengaruhi Preferensi Belanja Online Produk Tiket Pesawat di Kalangan Mahasiswa UKWMS". Dalam jurnal National Conference UKWMS. Surabaya: UKWMS.
- Kotler, Philip. 2009. Manajemen Pemasaran. Edisi Millennium I. Jakarta: Prenhailindo.
- Lupiyoadi, R .2006. Manajemen Pemasaran Jasa untuk Teori dan Praktek. PT.Salemba Emban Patrio: Jakarta.
- Maduma, Tri, Nawazirul Lubis dan Hari Susanto. 2011. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Harga Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Asuransi AJB Bumiputera 1912 Kantor Cabang Eksekutif Semarang". Dalam jurnal Ilmu Administrasi Bisnis. Hal 1–11 Semarang: Universitas Negeri Diponegoro.
- Parasuraman, et al. 1985. Pelayanan Pelanggan yang Sempurna. Yogyakarta: Kunci Ilmu.
- Rangkuti, F. 2002. Riset Pemasaran. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Roberts. 2003. "Analisis Multi Atribut Yang Mempengaruhi Preferensi Belanja Online Produk Tiket Pesawat di Kalangan Mahasiswa UKWMS". Dalam jurnal National Conference UKWMS. Surabaya: UKWMS.
- Simamora, Henry. 2000. Manajemen Pemasaran Internasional. Jilid 1. Cetakan Pertama. Jakarta: Salemba Empat.
- Tjiptono, Fandy. 1997. Strategi Pemasaran. Edisi Dua. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset.