

# PERAN KUALITAS PELAYANAN BERBASIS DIGITAL DALAM MENDUKUNG KEPERCAYAAN PENUMPANG MASKAPAI BERBIAYA RENDAH MASA KENORMALAN BARU DI INDONESIA

Muhammad Ashdaq<sup>1</sup>, Valentino Aris<sup>2</sup>, Muhammad Taufik<sup>3</sup>, and Nur Fitriayu Mandasari<sup>4</sup>

<sup>1,2,3</sup>*Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Negeri Makassar, Indonesia*

<sup>4</sup>*Fakultas Ekonomi, Universitas Sulawesi Barat, Indonesia*

<b>ARTICLE INFORMATION</b> ISSN: 2579-7204 (Online) ISSN: 0216-4132 (Print) DOI: 10.26487/jbmi.v19i3.24209	<b>ABSTRAK</b> Prosedur pelayanan penumpang berbasis digital untuk jasa penerbangan pada masa hidup berdampingan dengan covid 19 merupakan sesuatu yang penting untuk menciptakan rasa aman dan nyaman penumpang. Pengalaman tersebut diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan mereka pada maskapai penerbangan <i>Low Cost Airlines</i> di Indonesia. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendapatkan gambaran bagaimana kualitas pelayanan yang didalamnya terdapat prosedur penerbangan berbasis digital berpengaruh terhadap kepercayaan penumpang maskapai LCA Indonesia. Kusioner disebarkan kepada 400 responden yang pernah menggunakan jasa LCA penerbangan domestik pada bandara Internasional Sultan Hasanuddin Makassar pada tahun 2021 hingga Mei 2022. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis regresi linear dengan bantuan SPSS versi 23 untuk pengolahan data dan menjawab permasalahan penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bukti fisik, empati, kehandalan, jaminan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan penumpang LCA pada masa kenormalan baru. Item responsif tidak berdampak signifikan terhadap kepercayaan penumpang maskapai LCA.
<b>SUBMISSION TRACK</b> Received: 26 November 2022 Final Revision: 23 January 2023 Available Online: 26 January 2023	
<b>KATA KUNCI</b> Kualitas pelayanan; Kepercayaan; Digital; Low Cost Airlines; Indonesia.	
<b>KEYWORD</b> Service quality; Trust; Digital; Low Cost Airlines; Indonesia.	<b>ABSTRACT</b> Digital-based passenger service procedures for flight services during coexistence with COVID-19 are important to create a sense of security and comfort for passengers. This experience is expected to increase their trust in Low-Cost Airlines in Indonesia. This study aims to get an idea of how the quality of service in digital-based flight procedures affects the trust of Indonesian LCA airline passengers. Questionnaires were distributed to 400 respondents who had used domestic flight LCA services at Sultan Hasanuddin International airport Makassar from 2021 to May 2022. This study used a quantitative approach with linear regression analysis method with the help of SPSS version 23 for data processing and answering
<b>CORRESPONDENCE</b> Phone: 082345318962 E-mail: muhammad_ashdaq@unm.ac.id	

research problems. The results showed that tangible, empathy, reliability, and assurance had a positive and significant effect on the trust of LCA passengers during the new normal. Responsive items do not significantly impact the trust of LCA airline passengers.

## PENDAHULUAN

Jasa penerbangan saat ini berada dalam kompetisi yang dinamis, di mana persaingan antar maskapai untuk mendapatkan kepercayaan konsumen menjadi semakin ketat. Banyaknya perusahaan penerbangan di Indonesia menghadirkan kompetisi diantara mereka, terkhusus pada era kenormalan baru yang memberikan konsumen pilihan untuk memilih maskapai sesuai preferensi mereka (Setiawan et al., 2020). Kenormalan baru menurut pemerintah Indonesia merupakan tatanan baru untuk hidup berdampingan dengan Covid-19 (Tirto, 2020). Pada kondisi ini, keadaan perekonomian masyarakat belum sempurna sehingga kebutuhan untuk transportasi udara berbiaya rendah menjadi besar. Berdasarkan data Direktorat Jenderal Penerbangan Sipil (2022), pangsa pasar jasa penerbangan Indonesia pada tahun 2021 didominasi maskapai *Low Cost Airlines* (LCA) diantaranya Lion Air sebesar 30%, Garuda Indonesia 20% (*full services*), Citilink 15%, Batik Air 13%, Wings Air dan Sriwijaya Air masing-masing 7%, diikuti maskapai lain.

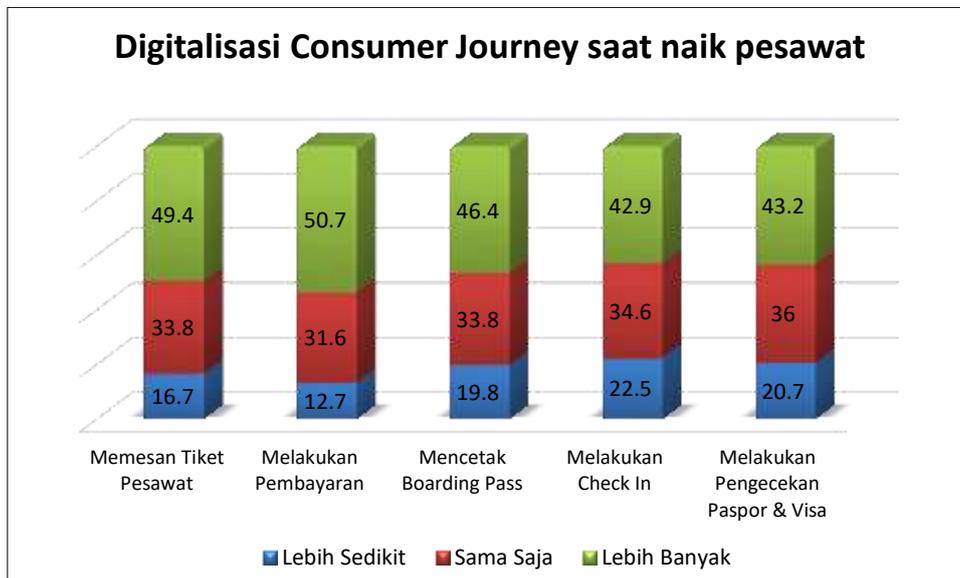
Gambar 1. Faktor pertimbangan penumpang



Sumber. *Inventure-Alvara*. 2020

Kondisi perekonomian masyarakat yang menurun berpengaruh pada daya beli masyarakat yang membutuhkan transportasi udara. *Low Cost Airlines* (LCA) yang hadir sebagai pilihan masyarakat terhadap jasa penerbangan dengan harapan akan memperoleh pelayanan penerbangan dengan biaya yang terjangkau. Meski demikian berdasarkan survey yang dilakukan Lembaga Iventure dalam *theconomics.com*, (2020), terlihat keamanan dan kenyamanan tetap menjadi factor utama dalam keputusan menggunakan jasa penerbangan maskapai. Persepsi positif terhadap kualitas pelayanan yang diberikan terhadap jasa penerbangan akan berpengaruh pada peningkatan kepercayaan penumpang terhadap maskapai penerbangan (Iranita, 2021). Preferensi masyarakat pengguna jasa penerbangan pada masa kenormalan baru adalah digitalisasi layanan, dengan harapan dapat mengurangi resiko tertular penyakit, juga dapat memudahkan prosedur penerbangan yang harus dilalui. Pelayanan yang sejalan dengan harapan penumpang akan menciptakan kepercayaan terhadap jasa penerbangan maskapai tersebut (Putra & Antonio, 2021).

**Gambar 2** Digitalisasi Consumer Journey



Sumber. *Inventure-Alvara*. 2020

Maskapai LCA yang terdiri atas Lion Air, Citilink, Indonesia Air Asia, Wings Air merupakan maskapai nasional yang dapat berkontribusi terhadap persepsi kualitas pelayanan yang baik bagi penerbangan nasional. Dengan pengalaman digital yang

dirasakan penumpang pada prosedur penerbangan pada masa hidup berdampingan dengan covid 19 (*new normal*) diharapkan dapat meningkatkan persepsi yang baik terhadap kualitas pelayanan maskapai. Sehingga pada akhirnya hal ini akan berdampak pada kepercayaan penumpang terhadap kemampuan maskapai menyelenggarakan jasa penerbangan yang aman, nyaman dan bebas covid 19. Beberapa bagian pelayanan yang telah mengalami digitalisasi berdasarkan survey Lembaga Iventure-Alvara tersebut di antaranya proses pembelian tiket, proses check in, proses pemeriksaan covid 19, proses informasi penerbangan dan perubahannya sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 2. Kualitas layanan yang baik pada proses-proses ini diharapkan dapat meningkatkan pengalaman digitalisasi pelayanan yang dirasakan penumpang dan dapat mendukung peningkatan kepercayaan penumpang terhadap kemampuan maskapai LCA memberikan pelayanan yang berkualitas.

Kepercayaan yang terbentuk terhadap suatu produk, akan mempengaruhi niat berperilaku pada masa datang (Kevin & Anandya, 2021). Sikap tersebut berupa loyalitas dan niat untuk melakukan pembelian berulang. Berdasarkan hal ini, kepercayaan penumpang menjadi hal yang penting untuk keberlangsungan kinerja maskapai LCA Indonesia. Kepercayaan konsumen dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan (Aprilia, 2021). Oleh karenanya penting untuk mengetahui persepsi kualitas pelayanan yang didalamnya terdapat prosedur penerbangan berbasis digital dalam membangun kepercayaan penumpang terhadap jasa penerbangan maskapai LCA Indonesia pada masa kenormalan baru.

Penelitian ini menitikberatkan pada prosedur penerbangan berbasis digital yang dilaksanakan maskapai berbiaya rendah dalam hubungannya terhadap kepercayaan penumpang pada masa kenormalan baru. Penelitian yang menitikberatkan pada kualitas pelayanan digital oleh maskapai penerbangan belum banyak dilakukan saat ini. Hal ini penting untuk diteliti, sebab pada masa hidup berdampingan dengan covid 19 perlu dipahami faktor yang menjadi preferensi pengguna jasa penerbangan pada maskapai LCA di Indonesia dengan prosedur digitalisasi layanan saat ini. Beberapa penelitian serupa diantaranya Setiawan & Krisnadi (2021) dan Yuliana et al., (2021) yang menitikberatkan pada digitalisasi layanan pada Bandara Udara. Demikian pula penelitian yang dilakukan (Jaya & Basuki, 2021) namun penelitian ini berfokus pada layanan ticketing digital maskapai penerbangan.

## TINJAUAN PUSTAKA

### A. Studi Literatur

#### 1. Kualitas pelayanan

Penggunaan model servqual untuk mengkonstruksi pengguna jasa penerbangan LCA Indonesia sesuai dengan yang diungkapkan Fandy Tjiptono, (2017) bahwa model servqual relevan untuk mengkonstruksi kualitas pelayanan jasa yang berbiaya dan beresiko tinggi, dan aplikasinya pada karakteristik jasa yang sebaliknya masih dipertanyakan. Kualitas pelayanan berfokus pada evaluasi konsumen terhadap dimensi pelayanan yaitu *reliability, responsiveness, assurance, empathy, tangibles* (Berry et al., 1988). Menurut (Grönroos, 2007), service quality merupakan dimensi fungsional dan teknis yang berhubungan dengan ‘apa’ dan ‘bagaimana’ pelayanan tersebut diterima konsumen.

#### 2. Kepercayaan konsumen

Kepercayaan (*trust*) didefinisikan sebagai kemauan konsumen untuk mengandalkan institusi berdasarkan keyakinan konsumen kepada institusi (Moorman & Matulich, 1993). Kepercayaan adalah kredibilitas, janji dan kebaikan institusi yang diharapkan atau dirasakan konsumen. Variable pada penelitian ini menggunakan tiga dimensi yang dikembangkan Setiawan et al., (2020) yaitu *this airlines work properly, this airlines work reliable, this airlines keep its promise and commitments*.

#### 3. Kualitas pelayanan terhadap kepercayaan konsumen

Kualitas hubungan yang terjalin antara penyedia produk dan pelanggan akan menstimulus terbangunnya kepercayaan konsumen terhadap perusahaan. Pendapat ini searah dengan temuan Setiawan et al., (2020) yang menemukan bahwa kualitas pelayanan berkorelasi positif terhadap kepercayaan penumpang maskapai penerbangan Indonesia. Bagi individual, proses terciptanya kepercayaan konsumen didasarkan pada pengalaman mereka dengan produk tersebut (Kusumawardani & Hastayanti, 2020). Dalam usaha untuk memperoleh kepercayaan penumpang pada masa pandemi, diperlukan persepsi yang baik mengenai keberpihakan maskapai terhadap penumpang.

### B. Pengembangan Hipotesis

#### 1. Bukti fisik

Bukti fisik adalah fasilitas fisik (material komunikasi, peralatan, personil), merupakan gambaran fisik dari pelayanan yang digunakan konsumen untuk menilai

kualitas (Berry et al., 1988). Berdasarkan penelitian terdahulu, terdapat hubungan yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepercayaan konsumen pada perusahaan logistic (Kusumawardani & Hastayanti, 2020). Bukti fisik dalam penelitian ini terdiri atas kondisi aplikasi pemesanan, pembayaran tiket maskapai serta layanan check in digital, kondisi fisik fasilitas digital maskapai, dan penampilan petugas layanan darat dan udara maskapai. Berdasarkan hal tersebut dapat didefinisikan hipotesis pertama dalam penelitian ini :

*H1. Bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan penumpang maskapai LCA Indonesia.*

## **2. Empati**

Empati merupakan kepedulian, pemberian perhatian personal, dan penyediaan pelayanan kepada konsumen (Berry et al., 1988). Konsumen perlu mengetahui bahwa mereka merupakan prioritas dalam penyediaan pelayanan oleh organisasi (Pakurár et al., 2019). Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan konsumen sebagaimana penelitian yang dilakukan Kusumawardani & Hastayanti, (2020), serta penelitian yang dilakukan Aprilia, (2021). Empati dalam penelitian ini terdiri atas minat tulus petugas menyelesaikan kesulitan penumpang terhadap prosedur check in dan pengecekan kesehatan yang berbasis aplikasi, kesopanan petugas, pemahaman terhadap keterbatasan kemampuan digital penumpang. Berdasarkan hal tersebut hipotesis kedua penelitian ini adalah:

*H2. Empati berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan penumpang maskapai LCA Indonesia.*

## **B.3. Responsif**

Responsif merupakan keinginan karyawan untuk mempengaruhi konsumen mengenai kapan sesuatu akan selesai dikerjakan, memberikan mereka perhatian yang tidak terbagi, mempromosikan pelayanan, dan merespons sesuai dengan permintaan mereka (Berry et al., 1988). Berdasarkan hal tersebut, untuk meningkatkan persepsi yang baik terhadap kualitas pelayanan maka diantaranya dilakukan dengan peningkatan sikap responsif karyawan terhadap pelayanan ke konsumen. Responsif dalam penelitian ini terdiri atas kenyamanan menjalani prosedur check in dan pengecekan kesehatan yang berbasis aplikasi digital, respon petugas terhadap keluhan saat menjalani prosedur

tersebut secara manual dan digital, serta kecepatan pelayanan. Berdasarkan hal ini dapat didefinisikan hipotesis ketiga penelitian ini:

*H3. Responsif berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan penumpang maskapai LCA Indonesia.*

#### **4. Keandalan**

Berry et al., (1988) mengungkapkan bahwa, keandalan merupakan pemberian pelayanan secara tepat pada saat pertama. Organisasi dituntut untuk berjuang memenuhi janji pelayanan dan fokus pada hasil sesuai yang dijanjikan (Pakurár et al., 2019). Berdasarkan pendapat ahli tersebut, terlihat hubungan yang signifikan antara keandalan terhadap kepercayaan konsumen. Keandalan dalam penelitian ini terdiri atas prosedur check in dan pengecekan kesehatan yang benar, prosedur pelayanan penumpang berkebutuhan khusus, dan prosedur pelayanan penerbangan bebas kesalahan. Berdasarkan hal ini, dirumuskan hipotesis ke empat penelitian ini:

*H4. Keandalan berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan penumpang maskapai LCA Indonesia.*

#### **5. Jaminan**

Jaminan dapat didefinisikan sebagai pengetahuan dan sikap karyawan, serta kapasitasnya untuk memberikan keyakinan dan kepercayaan kepada konsumen terhadap sebuah layanan (Berry et al., 1988). Jaminan yang merupakan salah satu item pengukuran kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan konsumen sesuai yang diungkapkan (Aprilia, 2021). Jaminan dalam penelitian ini terdiri atas ketepatan layanan melalui platform digital, ketepatan informasi elektronik, konsistensi pelayanan profesional. Berdasarkan hal ini hipotesis ke lima dalam penelitian ini :

*H5. Jaminan berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan penumpang maskapai LCA Indonesia.*

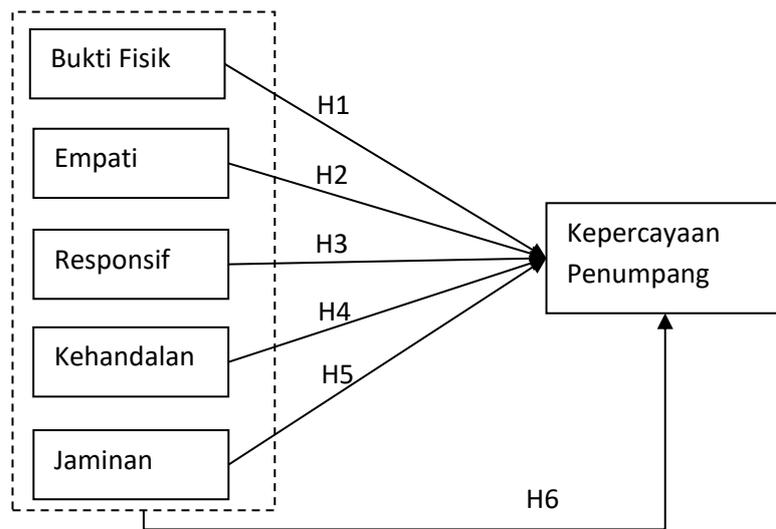
#### **6. Kepercayaan penumpang**

Kepercayaan merupakan perasaan untuk menggantungkan diri konsumen terhadap perusahaan yang memiliki kapasitas yang diinginkan konsumen, di mana perasaan ini akan dapat meningkatkan kemungkinan pembelian kembali terhadap produk perusahaan (Satriady, 2022). Pengalaman mengkonsumsi jasa penerbangan akan menjadi referensi penumpang dalam terciptanya rasa percaya terhadap maskapai (Setiawan et al., 2020). Kepercayaan penumpang dalam penelitian ini terdiri atas maskapai dapat diandalkan

menyelenggarakan jasa penerbangan yang aman dan bebas dari covid 19, maskapai penerbangan bekerja secara layak, maskapai mampu melaksanakan janji dan komitmennya. Berdasarkan hal ini, hipotesis keenam dalam penelitian ini :

*H6. Bukti fisik, empati, responsive, kehandalan, jaminan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan penumpang maskapai LCA Indonesia.*

**Gambar 3.** Kerangka konsep penelitian



*Sumber. Peneliti. 2022*

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan bagian dari penelitian besar dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian adalah seluruh penumpang yang telah menggunakan jasa penerbangan maskapai *Low Cost Airlines (LCA)* pada Bandara Internasional Sultan Hasanuddin Makassar dalam kurun waktu tahun 2021 hingga bulan Mei 2022 yang merupakan masa kenormalan baru pandemi covid 19. Bandara Sultan Hasanuddin merupakan Bandara Internasional tersibuk di Indonesia bagian tengah yang melayani rute penerbangan ke seluruh Indonesia dan menghubungkan penerbangan Indonesia bagian barat dengan Indonesia bagian timur. Maskapai LCA yang beroperasi dengan rute penerbangan Bandara Internasional Sultan Hasanuddin diantaranya Lion Air, Citilink, Air Asia. Proses pengumpulan data penelitian dilakukan pada bulan Juni-Agustus 2022, dimana responden penelitian dipilih secara *simple random sampling* dengan teknik *convenience sampling*. Responden yang dianggap memenuhi kriteria

penelitian diberikan link form kuisisioner elektronik dengan platform google formulir. Kuisisioner dibangun dengan pernyataan penelitian yang diukur dengan menggunakan skala likert dari rentang nilai 1 yang menunjukkan Sangat Tidak Setuju (STS) terhadap pernyataan yang diberikan, hingga nilai 5 yang menunjukkan Sangat Setuju (SS) pada pernyataan yang diberikan.

Rachbini et al., (2020) menyatakan bahwa untuk populasi yang tidak terbatas, jumlah sampel dapat ditetapkan berdasarkan formula Lemeshow yaitu sebanyak 96.04 atau dibulatkan menjadi minimal 100 sampel. Responden memenuhi kriteria yang berkenaan mengisi kuisisioner dalam penelitian ini sebanyak 400 orang responden. Untuk menjawab permasalahan penelitian digunakan metode analisa regresi linear dengan bantuan software SPSS versi 23.

## HASIL DAN DISKUSI

### A. Statistik Deskriptif

Profil responden penelitian dapat dijelaskan pada Tabel 1.

**Tabel 1.** Profil responden penelitian

Karakteristik Responden	Wanita	Pria	Total	%	
Usia	21 - 30	36	8	44	11,00
	31 - 40	196	99	295	73,75
	41 - 50	28	25	53	13,25
	51 - 60	-	8	8	2,00
Pendidikan	SD - SMU	-	4	4	1,00
	S1	110	45	155	38,75
	S2	142	88	230	57,50
	S3	8	3	11	2,75
Pekerjaan	Aparatur Sipil Negara	170	120	290	72,50
	Non ASN Instansi Pemerintah	20	4	24	6,00
	Swasta	68	12	80	20,00
	Pelajar	2	4	6	1,50
Jumlah Responden	140	260	400		

*Sumber. Data diolah. 2022*

Berdasarkan tabel 1 dapat terlihat karakteristik responden dalam penelitian ini yaitu usia responden terbanyak pada rentang 31-40 tahun sebesar 73,75%, diikuti rentang usia 41-50 tahun sebesar 13,25%. Tingkat Pendidikan responden adalah

sebagian besar pada tingkat S2 sebanyak 57,50% dan S1 sebanyak 38,75%. Pekerjaan responden didominasi ASN sebanyak 72,50% dan Swasta sebanyak 20,00%.

## B. Validitas dan Reliabilitas

Penelitian ini mengadopsi lima item kualitas pelayanan berdasarkan Berry et al., (1988) yaitu bukti fisik, empati, keandalan, respon, jaminan. Variable dependen penelitian adalah kepercayaan penumpang yang terdiri atas tiga indicator yaitu maskapai bisa diandalkan menyelenggarakan jasa yang aman dan bebas covid 19, maskapai bekerja layak, janji dan komitmen maskapai dapat dipercaya. Masing-masing indicator variable kepercayaan penumpang tersebut terdiri atas dua pernyataan penelitian. Validitas dan reliabilitas item yang digunakan dapat terlihat pada Table 2.

**Tabel 2.** Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Item	Pearson Correlation	r tabel	Validitas	Cronbach's Alpha	Reliabilitas
Kondisi aplikasi pemesanan, pembayaran tiket serta layanan check in digital maskapai (X1.1)	0.761**	0,098	Valid	0,606	Reliabel
Kondisi fisik fasilitas check in digital maskapai di bandara (X1.2)	0.754**	0,098	Valid		
Penampilan petugas layanan darat dan udara maskapai (X1.3)	0.742**	0,098	Valid		
Minat tulus petugas menyelesaikan kesulitan penumpang terhadap prosedur check in beserta pengecekan kesehatan yang berbasis aplikasi (X2.1)	0.884**	0,098	Valid	0,799	Reliabel
Kesopanan petugas (X2.2)	0.893**	0,098	Valid		
Pemahaman terhadap keterbatasan penumpang mengoperasikan aplikasi kesehatan saat check in (X2.3)	0.754**	0,098	Valid		
Kenyamanan menjalani prosedur check in dan pengecekan kesehatan yang berbasis aplikasi digital (X3.1)	0.863**	0,098	Valid	0,812	Reliabel
Respon petugas terhadap keluhan saat menjalani prosedur check in dan pengecekan kesehatan melalui aplikasi digital (X3.2)	0.892**	0,098	Valid		
Kecepatan pelayanan (X3.3)	0.818**	0,098	Valid		
Prosedur check in dan pengecekan kesehatan basis aplikasi digital yang benar (X4.1)	0.801**	0,098	Valid	0,709	Reliabel
Prosedur layanan penumpang berkebutuhan khusus (X4.2)	0.757**	0,098	Valid		
Prosedur pelayanan penerbangan bebas kesalahan (X4.3)	0.830**	0,098	Valid		
Ketepatan layanan pada platform digital (X5.1)	0.916**	0,098	Valid	0,786	Reliabel
Ketepatan informasi elektronik (X5.2)	0.790**	0,098	Valid		
Konsistensi pelayanan professional (X5.3)	0.807**	0,098	Valid		

Item	Pearson Correlation	r tabel	Validitas	Cronbach's Alpha	Reliabilitas
Proses check in dan prosedur kesehatan yang dirasakan wajar (Z1)	0.785**	0,098	Valid	0,863	Reliabel
Kesalahan teknis yang dirasakan wajar (Z2)	0.734**	0,098	Valid		
Maskapai mampu menyelenggarakan jasa berkualitas (Z3)	0.702**	0,098	Valid		
Maskapai memiliki perhatian untuk memberikan pelayanan terbaik dan bebas covid 19 (Z4)	0.758**	0,098	Valid		
Dapat memegang janji maskapai untuk pelayanan yang baik (Z5)	0.796**	0,098	Valid		
Maskapai selalu menjaga reputasinya (Z6)	0.884**	0,098	Valid		

Sumber. Data diolah. 2022

Berdasarkan hasil pengukuran validitas dan reliabilitas terlihat item yang digunakan dalam instrument penelitian adalah valid dan reliabel. Nilai pearson correlation setiap item didapatkan lebih tinggi dari nilai r table dan nilai cronbach alfa seperti yang ditunjukkan pada tabel 2 lebih tinggi dari yang ditetapkan yaitu 0.6 sesuai yang diungkapkan (Rachbini et al., 2020).

### C. Uji model

Pada model penelitian terlihat variable independent adalah bukti fisik, empati, responsif, kehandalan, jaminan. Variable dependen penelitian adalah kepercayaan konsumen yang terdiri atas tiga indicator yaitu maskapai bekerja layak, maskapai bisa diandalkan menyelenggarakan jasa yang aman dan bebas covid 19, janji dan komitmen maskapai dapat dipercaya. Berdasarkan model yang dibangun, selanjutnya dilakukan uji regresi linear terhadap variable penelitian tersebut dengan menggunakan bantuan software SPSS versi 23. Hasil uji model disajikan pada tabel 3.

**Tabel 3.** Hasil Uji Model Penelitian

Model	T	Sig.	R	Adjusted R Square	F	Sig.
(Constant)	-4,119	0,000	0.904 <sup>a</sup>	0,815	353,064	0.000 <sup>b</sup>
Bukti Fisik (X1)	5,184	0,000				
Empati (X2)	10,276	0,000				
Responsif (X3)	-2,722	0,070				
Keandalan (X4)	7,685	0,000				
Jaminan (X5)	10,744	0,000				

Sumber. Data diolah. 2022

Hasil pengolahan data statistik analisis regresi linear terlihat nilai F hitung  $>$  F tabel yaitu  $353,064 > 2.236$  dan nilai  $P < 0.05$ , sehingga terlihat bahwa terdapat hubungan yang signifikan secara simultan antara bukti fisik, empati, responsif, kehandalan, jaminan terhadap kepercayaan penumpang maskapai LCA. Pada pengujian parsial terlihat nilai t hitung pada item X1, X2, X4, X5 lebih besar dari t table, di mana nilai t table adalah 1.966. Demikian pula terlihat pada nilai P yang lebih kecil dari 0.05. Sehingga terlihat hubungan yang signifikan secara parsial antara bukti fisik, empati, kehandalan dan jaminan terhadap kepercayaan penumpang maskapai LCA. Hal berbeda terlihat pada item X3 di mana nilai P diperoleh sebesar  $0.07 > 0.05$  sehingga dapat disimpulkan item Responsif secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan penumpang maskapai LCA. Hasil penelitian juga terlihat koefisien determinasi sebesar 81.5% yang berarti variasi variable independent (bukti fisik, empati, responsive, kehandalan, jaminan) mampu menjelaskan variasi variable dependen (kepercayaan penumpang), sementara sisanya 18.5% dijelaskan oleh variable lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

#### **D. PEMBAHASAN**

Bandara Internasional Sultan Hasanuddin merupakan salah satu bandara dengan frekuensi penerbangan terpadat di Indonesia. Bandara ini menghubungkan penerbangan Indonesia Bagian Barat dengan Bagian Timur. Berdasarkan data PT Angkasa Pura I, (2022) sebagai otoritas pengelola bandara, terlihat pada semester I 2022 Bandara Sultan Hasanuddin melayani 4.560.388 pergerakan penumpang dan 38.649 penerbangan yang merupakan pergerakan pesawat udara terbanyak pada semester I tahun 2022 untuk bandara yang dikelola PT Angkasa Pura I.

Berdasarkan pengolahan data statistik yang dilakukan, terlihat bukti fisik secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan penumpang maskapai LCA pada Bandara Internasional Sultan Hasanuddin. Hal ini menunjukkan, kondisi fasilitas fisik layanan dan fasilitas digital secara parsial berdampak signifikan terhadap kepercayaan pada kemampuan maskapai menyelenggarakan jasa penerbangan dengan baik. Bukti fisik layanan diantaranya kondisi fasilitas digital, armada, dan petugas maskapai penerbangan. Hasil ini sejalan dengan hasil penelitian Aprilia, (2021) yang menunjukkan bahwa kondisi fisik fasilitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap

kepercayaan konsumen pada penelitiannya di industri perbankan. Berdasarkan temuan ini H1 diterima.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa sikap empati yang ditunjukkan karyawan maskapai LCA secara parsial berdampak signifikan terhadap kepercayaan mereka pada jasa penerbangan ini. Kesiapan karyawan maskapai membantu kesulitan penumpang dalam prosedur penerbangan masa pandemi, kesopanan serta minat yang tulus untuk mengatasi permasalahan penumpang dapat meningkatkan *trust* penumpang secara signifikan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Wibowo & Agustini, (2020) pada perusahaan sektor jasa di kota Semarang, Jawa Tengah. Dengan demikian H2 diterima.

Hasil pengolahan data statistik pada penelitian ini menemukan dimensi responsive secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan penumpang maskapai LCA. Hal ini menunjukkan bahwa kenyamanan menjalani prosedur check in dan pengecekan kesehatan berdasarkan platform digital, respon petugas terhadap keluhan, serta kecepatan pelayanan petugas maskapai masih belum optimal dirasakan oleh penumpang. Dengan demikian item ini secara parsial tidak berdampak signifikan terhadap pembentukan kepercayaan penumpang. Temuan ini tidak sejalan dengan temuan penelitian yang dilakukan Muharam et al., (2021) pada produk layanan yang dipasarkan melalui media pemasaran digital di Indonesia. Berdasarkan temuan ini Hipotesis ke tiga ditolak.

Pada item kehandalan dan item jaminan secara parsial masing-masing berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepercayaan konsumen pada maskapai ini. Di mana kemampuan maskapai menyelenggarakan prosedur check in dan kewaspadaan kesehatan dengan benar, prosedur pelayanan penumpang berkebutuhan khusus, pelayanan bebas kesalahan, ketepatan layanan melalui platform digital, ketepatan informasi elektronik, konsistensi pelayanan profesional, masing-masing secara parsial berpengaruh signifikan terhadap tingkat *trust* penumpang jasa penerbangan maskapai LCA ini. Temuan ini sejalan dengan temuan penelitian yang dilakukan Priscillia et al., (2021) pada jasa layanan market place di Indonesia. Dengan temuan ini maka Hipotesis ke empat dan ke lima diterima.

Hasil penelitian juga menunjukkan pengaruh yang signifikan secara simultan antara bukti fisik, empati, responsive, kehandalan, jaminan terhadap kepercayaan penumpang

maskapai LCA Indonesia. Dengan baiknya tingkat kepercayaan penumpang akibat kualitas pelayanan yang baik, dapat berdampak terhadap tingkat retensi penumpang yang semakin baik pula pada masa datang. Hal ini sejalan dengan temuan penelitian yang dilakukan Alshamsi et al., (2021) yang melakukan studi mengenai kualitas pelayanan pada lembaga pendidikan tinggi dengan metode meta-analisis pada 32 artikel penelitian dari tahun 1996 sampai 2018. Dengan demikian H6 pada penelitian ini diterima.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Secara parsial, bukti fisik, empati, kehandalan dan jaminan ditemukan berdampak signifikan terhadap kepercayaan penumpang maskapai LCA Indonesia. Berdasarkan hal ini dapat disimpulkan bahwa untuk meningkatkan kepercayaan / *trust* penumpang terhadap jasa penerbangan maskapai LCA dapat dilakukan dengan menjaga kondisi fasilitas fisik, kepedulian, kesopanan, ketepatan, dan profesionalisme.

Temuan penelitian ini juga mengungkapkan bahwa item responsif secara parsial tidak berdampak signifikan terhadap kepercayaan penumpang maskapai LCA Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa prosedur check in dan pengecekan kesehatan menggunakan platform digital, respon petugas terhadap keluhan dan kecepatan pelayanan masih perlu mendapat perhatian untuk peningkatannya.

Keterbatasan penelitian ini diantaranya variabel kualitas pelayanan mencakup fasilitas dan prosedur penerbangan yang diselenggarakan maskapai LCA dan tidak mengacu pada suatu layanan spesifik penerbangan. Keterbatasan lainnya adalah prosedur penerbangan yang dijadikan objek penelitian ini adalah pada Bandara Internasional Sultan Hasanuddin yang diasumsikan sama dengan yang berlaku pada bandara lain di Indonesia.

Diharapkan peneliti berikutnya dapat lebih spesifik pada suatu layanan digital tertentu pada sebuah maskapai penerbangan. Penelitian serupa juga dapat dilakukan pada maskapai layanan penuh (*Full Services Airlines*) yang seharusnya memiliki fasilitas digital lebih baik kualitas dan kuantitasnya dibandingkan maskapai berbiaya rendah.

## ACKNOWLEDGMENTS

Terimakasih kepada PT. Angkasa Pura I atas data penelitian yang diberikan, kepada para responden penelitian atas kesediaan terlibat dalam penelitian, serta kepada para reviewer dan para editor jurnal atas masukan dan saran yang berharga.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alshamsi, A., Alshurideh, M., Kurdi, B. al, & Salloum, S. A. (2021). The Influence of Service Quality on Customer Retention: A Systematic Review in the Higher Education. *Advances in Intelligent Systems and Computing*, 1261 AISC. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-58669-0\\_37](https://doi.org/10.1007/978-3-030-58669-0_37)
- Aprilia, N. E. (2021). Influence of service quality on customer loyalty through perceived risk, satisfaction, and trust in branchless banking customers. *BISMA: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 15(1). <https://doi.org/10.19184/bisma.v15i1.17764>
- Berry, L. L., Parasuraman, A., & Zeithaml, V. A. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1).
- Fandy Tjiptono. (2017). *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima*. CV. Andi Offset.
- Grönroos, C. (2007). Service Management and Marketing. *European Journal of Marketing*, 15. <https://doi.org/10.1108/EUM00000000004874>
- Iranita, I. (2021). Pengaruh Service Quality Dan Customer Trust Terhadap Kepuasan Konsumen Maskapai Penerbangan Lion Air (Studi Kasus Bandara Internasional Raja Haji Fisabilillah Tanjungpinang). *Bahtera Inovasi*, 1(2). <https://doi.org/10.31629/bi.v1i2.3345>
- Jaya, P. J. C., & Basuki, K. (2021). PENGARUH E-COMMERCE DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA TIKET PESAWAT TERBANG. *CENDEKIA Jaya*, 3(1), 60–71.
- Kevin, & Anandya, D. (2021). The effect of service quality, perceived value, and customer trust toward customer loyalty on online transportation Gojek in Surabaya. *Journal of Management and Business*, 20(1). <https://doi.org/10.24123/jmb.v20i1.514>
- Kusumawardani, K. A., & Hastayanti, S. A. (2020). Predicting the Effects of Perceived Service Quality and Logistics Service Innovation on Repurchase Intention of

- Instant Courier Services through Customer Satisfaction and Trust. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 20(3). <https://doi.org/10.25124/jmi.v20i3.3515>
- Moorman, C., & Matulich, E. (1993). A Model of Consumers' Preventive Health Behaviors: The Role of Health Motivation and Health Ability. *Journal of Consumer Research*, 20(2). <https://doi.org/10.1086/209344>
- Muharam, H., Chaniago, H., Endraria, E., & Harun, A. bin. (2021). E-Service Quality, Customer Trust and Satisfaction: Market Place Consumer Loyalty Analysis. *Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan Inspirasi*, 8(2). <https://doi.org/10.24252/minds.v8i2.23224>
- Pakurár, M., Haddad, H., Nagy, J., Popp, J., & Oláh, J. (2019). The service quality dimensions that affect customer satisfaction in the Jordanian banking sector. *Sustainability (Switzerland)*, 11(4). <https://doi.org/10.3390/su11041113>
- Priscillia, M., Budiono, H., Wiyanto, H., & Widjaya, H. (2021). The Effects of Website Design Quality and Service Quality on Repurchase Intention Among Shopee Customers in Jakarta, with Customer Trust as a Mediating Variable. *Proceedings of the Ninth International Conference on Entrepreneurship and Business Management (ICEBM 2020)*, 174. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.210507.006>
- PT Angkasa Pura I. (2022). *TRAFIK PENUMPANG ANGKASA PURA AIRPORTS SEMESTER 1 TAHUN 2022 TUMBUH SEBESAR 55,9%*. <https://ap1.co.id/id/information/news/detail/trafik-penumpang-angkasa-pura-airports-semester-1-tahun-2022-tumbuh-sebesar-559>
- Putra, H. U., & Antonio, F. (2021). Antecedents of E-Service Quality, Customer Satisfaction and Trust which Affects Customer Intention. *Jurnal Mantik*, 5(36).
- Rachbini, W., Rachbini, D. J., Santoso, N., Hadi Prayitno, M. M., & Khumaedi, E. (2020). *METODE RISET EKONOMI & BISNIS: Analisis Regresi-SPSS & SEM-Lisrel*. Indef.
- Satriady, A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada PT Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Tambun Mangunjaya). *MINISTAL: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital*, 1(1). <https://doi.org/10.54259/ministal.v1i1.311>
- Setiawan, E. B., Wati, S., Wardana, A., & Ikhsan, R. B. (2020). Building trust through customer satisfaction in the airline industry in Indonesia: Service quality and price fairness contribution. *Management Science Letters*, 10(5). <https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.10.033>

Setiawan, H., & Krisnadi, I. (2021). TRANSFORMASI DIGITAL SEBAGAI STRATEGI PEMULIHAN BISNIS PENERBANGAN PASCA PANDEMI COVID-19. *Tesis Teknik Elektro Universitas Mercubuana Jakarta*.

theiconomics.com. (2020, November). *Layanan bandara serba digital jadi daya tarik konsumen*. Theiconomics.Com.

Tirto. (2020). *New Normal Indonesia*. Puskesmas Bangsal.

Wibowo, K. A. L., & Agustini, MY. D. H. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Ideo Photography di Semarang). *JEMAP*, 3(1). <https://doi.org/10.24167/jemap.v3i1.2473>

Yuliana, D., Setyadi, K., & Asih, P. (2021). Pengalaman Penumpang Terhadap Penerapan Digitalisasi Fasilitas Bandara di Bandara Udara Kualanamu Medan. *WARTA ARDHIA*, 46(2), 84–95.