

# Pengaruh Kualitas Pelayanan *Chek in Counter* Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Maskapai Garuda Indonesia di Bandar Udara I Gusti Ngurah Rai

Nia Lavenia<sup>1)\*</sup>, Andi Amri<sup>2)</sup>

<sup>1)</sup> Universitas Terbuka, <sup>2)</sup> Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, Jakarta  
Jalan Cabe Raya, Pondok Cabe, Pamulang, Tangerang Selatan 15437, Banten - Indonesia

<sup>1)</sup> 030722543@ecampus.ut.ac.id

<sup>2)</sup> andiamri43@gmail.com

Jejak Artikel:

**Abstrak**

Unggah 29 April 2024;  
Revisi 14 Mei 2024;  
Diterima 26 Mei 2024;  
Tersedia online 10 Juni 2024

Kata Kunci:

*Check-in counter*  
Kualitas  
Kepuasan  
Konsumen  
Pelayanan

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengevaluasi pengaruh kualitas pelayanan di loket *check-in* pada kepuasan pelanggan pada Maskapai Garuda Indonesia. Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat dalam industri penerbangan *full service*, penelitian ini menyoroti pentingnya pelayanan berkualitas sebagai strategi utama untuk mempertahankan posisi Garuda Indonesia sebagai salah satu pemain utama di Indonesia. Dengan metode kuantitatif dimana data dikumpulkan melalui observasi dan penyebaran kuesioner kepada 100 penumpang Garuda Indonesia di loket *check-in*. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier sederhana dengan bantuan perangkat lunak SPSS. Hasil uji menemukan bahwa kualitas pelayanan di loket *check-in* memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan nilai probabilitas 0.000 ( $\leq 0.05$ ). Uji regresi menunjukkan adanya hubungan positif antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan, dengan koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0.493. Artinya sekitar 49.3% variasi dalam kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan di loket *check-in*. Analisis lebih lanjut menunjukkan bahwa aspek-aspek seperti *tangible* (keberadaan fasilitas), *reliability* (kehandalan layanan), *responsiveness* (kecepatan tanggapan), *assurance* (kepercayaan dan keamanan), dan empati (perhatian terhadap kebutuhan pelanggan) dalam kualitas layanan berkontribusi positif terhadap kepuasan pelanggan. Implikasi dari temuan ini adalah bahwa perlunya bagi Garuda Indonesia meningkatkan kualitas layanan di *counter check-in* untuk mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan, serta memenangkan persaingan dalam industri penerbangan yang semakin ketat. Studi ini memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang pentingnya pelayanan berkualitas dalam mencapai kepuasan pelanggan dan dapat menjadi pedoman bagi manajemen dalam pengambilan keputusan di masa depan.

## I. PENDAHULUAN

Semakin ketatnya persaingan bisnis membuat pelaku bisnis selalu berusaha untuk dapat mencapai kepuasan konsumen dengan memberikan pelayanan prima. Penyedia jasa penerbangan seperti PT. Garuda Indonesia saat ini menghadapi berbagai tantangan terkait ketatnya persaingan bisnis aviasi. Setiap maskapai akan berusaha menciptakan produk, jasa atau berbagai layanan lain untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Dalam melakukan semua itu perusahaan akan mengubah sumber daya yang dimilikinya menjadi produk atau jasa yang dapat memuaskan konsumen [1], [2], [3]. [4] Memberikan pelayanan prima sebagai upaya mencapai kepuasan konsumen menjadi suatu komitmen bagi perusahaan jasa.

Kepuasan konsumen diartikan sebagai tingkat rasa puas yang terjadi akibat adanya hasil yang diterima dari proses konsumsi produk atau jasa di mana hasil yang didapat melebihi harapannya [5], [6], [7]. [8] Kepuasan konsumen ialah suatu tingkat perasaan konsumen terhadap perbandingan kinerja atau hasil dari proses konsumsi produk atau jasa dibandingkan dengan harapan (ekspektasinya). Konsep kepuasan ini sangat subyektif karena penilaian kepuasan didasarkan pada aumsi atau respon dan harapan konsumen itu sendiri. Perusahaan jasa yang erat kaitannya dengan proses *delivery* layanan kepada konsumen akan selalu menghadapi berbagai tantangan untuk mencapai kepuasan konsumen.

Walaupun kepuasan sangat subyektif namun bagi perusahaan jasa seperti PT. Garuda Indonesia sebagai maskapai *full service* dapat mencapai kepuasan dengan memperhatikan kualitas jasa yang diberikan. Kualitas menjadi salah

\* Corresponding author

satu indikator penting untuk memberikan kepuasan konsumen dengan cara menciptakan jasa yang bernilai. [9] Kualitas jasa berbeda dengan suatu produk manufaktur, kualitas jasa umumnya sulit diukur, tidak mudah distandarkan dan subyektif sehingga selalu berkaitan dengan pengalaman konsumen. kualitas jasa merupakan suatu kondisi yang menggambarkan bagaimana suatu pelayanan atau jasa yang diberikan sesuai dengan harapan konsumen. selain itu kualitas jasa juga merupakan bagian dari strategi perusahaan yang memiliki kontribusi terhadap kepuasan pelanggan.

Maskapai Garuda Indonesia yang dikategorikan sebagai maskapai *full service* akan selalu menyajikan berbagai jasa penyerta kepada penumpang selama melakukan penerbangan. Salah satu pelayanan yang erat kaitannya dengan jasa penerbangan yaitu *Check-in counter*. [10] *Check-in counter* merupakan salah satu layanan yang digunakan maskapai untuk meningkatkan pelayanan. Umumnya maskapai penerbangan akan membuka *Check-in counter* dua jam sebelum keberangkatan, dengan alokasi waktu sekitar 20 menit bagi setiap penumpang untuk menyelesaikan proses *check-in*. proses ini menjadi salah satu aspek kualitas bagi perusahaan jasa penerbangan sebab dari proses *check-in* inilah kinerja maskapai dapat dinilai yang berkaitan dengan *One Time Performance*. Ukuran kinerja perusahaan maskapai penerbangan umumnya akan diukur dari aspek keselamatan, *one time performance*, dan keandalan pelayanan pada konsumen [11].

Apabila proses *check-in* penumpang cepat maka akan meningkatkan kepuasan konsumen artinya konsumen tidak perlu menunggu dan antri lama hanya untuk mendapatkan *service* dari layanan *check-in counter*. Di sisi lain ketepatan waktu dalam proses *check-in* akan meningkatkan keuntungan maskapai dalam menepati aspek *one time performance*. Dalam memberikan kualitas jasa melalui *check-in counter* terdapat beberapa dimensi kualitas jasa yang bisa menjadi pedoman bagi pihak-pihak yang berkaitan dengan operasional *Check-in counter*. [12] Terdapat 5 model dimensi kualitas jasa yang didasarkan pada gagasan Pasuraman dan Zeithalm yaitu *Tangible* (berwujud), *Reliable* (handal), *Responsiveness* (kecepatan respons), *assurance* (jaminan), *Emphaty* (perhatian). Garuda Indonesia dinobatkan sebagai maskapai penerbangan Indonesia yang mampu berhasil mempertahankan kualitas layanannya. Jika dikaitkan dengan *Counter check-in*, maka keberadaan *counter check-in* termasuk dalam aspek *tangible*. Artinya perusahaan berupaya memberikan bukti fisik yang dapat dilihat konsumen terhadap pelayanannya.

Kemampuan pegawai pada *counter check-in* yang handal, mampu menanggapi permasalahan dan permintaan penumpang dengan baik, serta menjadi proses layanan berjalan lancar, serta mampu memberikan empati pada setiap permasalahan konsumen saat di *counter check-in* merupakan suatu upaya untuk mewujudkan kualitas jasa yang memuaskan. [13] Suatu kondisi apabila pelayanan yang diberikan oleh staff *check-in counter* sesuai dengan ekspektasi konsumen maka kepuasan konsumen terhadap layanan maskapai akan meningkat. Hasil serupa juga didapatkan pada penelitian [14] yang menemukan bahwa terdapat pengaruh pada kualitas pelayanan *counter check-in* yang diteliti pada maskapai super air jet terhadap kepuasan penumpang.

[15] Pengaruh kualitas layanan *check-in counter* pada maskapai batik Air telah sesuai dengan aturan yang berlaku serta layanan pada *counter check-in* telah sesuai dengan harapan dan kebutuhan konsumen sehingga membuat mereka puas. [16] Pengaruh kualitas pelayanan pada *Counter Check-in* terhadap kepuasan penumpang maskapai Wings air menunjukkan hasil bahwa kualitas pelayanan *check-in counter* sudah baik serta mampu memberikan kepuasan kepada konsumen namun ada beberapa poin yang harus dievaluasi agar pelayanan semakin memuaskan misalnya ketepatan dan kehandalan staff dalam *handling* masalah *check-in* bagi penumpang.

Hal yang sama menjadi permasalahan pada Maskapai Penerbangan Garuda dalam memberikan pelayanan *Check-in*. Staff *Check-in counter* umumnya telah memberikan pelayanan sesuai dengan SOP perusahaan yang menuntut sikap ramah, senyum dan sapa pada penumpang, kecepatan respons dan jaminan pelayanan maksimal. Namun dalam pembukaan *counter check-in* sebelum 2 jam keberangkatan masih ditemui penumpang yang mengalami *late check-in* dan permasalahan penumpukan pada *gate check-in* pada *peak season*. Sesuai dengan uraian latar belakang di atas dapat menunjukkan bahwa kualitas pelayanan pada *check-in counter* memberikan pengaruh pada kepuasan konsumen.

## Hipotesis

- H1 : Terdapat pengaruh dari kualitas pelayanan loket *check-in* maskapai Garuda terhadap kepuasan pelanggan/penumpang maskapai.
- H0 : Tidak ada pengaruh dari kualitas pelayanan loket *check-in* maskapai Garuda terhadap kepuasan pelanggan/penumpang maskapai.

## II. METODE

Penelitian ini dilakukan dengan metode pendekatan Kuantitatif. artikel ini akan menguraikan mengenai pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Dalam menemukan kajian dan pembahasan lebih lanjut maka dibutuhkan data yang menjadi pendukung. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi dan kuesioner yang disebarkan kepada 100 penumpang Maskapai Garuda. Pemilihan sampel dengan metode simple probability sampling, dengan teknik random sampling pada penumpang yang sedang menerima pelayanan di fasilitas *Check-in Counter* [17], [18]. Penggunaan sampel sebanyak 100 responden ini dianggap memadai untuk memperoleh gambaran yang representatif mengenai kualitas layanan dan kepuasan konsumen di Maskapai Garuda. Meskipun ukuran sampel yang disarankan oleh rumus *Lemeshow* untuk tingkat kepercayaan 95% dan margin kesalahan 5% lebih besar, penggunaan 100 responden dipilih berdasarkan pertimbangan praktis dan keterbatasan sumber daya. Sampel

ini diharapkan mampu memberikan data yang cukup untuk analisis statistik dalam mengevaluasi hubungan antara variabel kualitas pelayanan (X1) dan kepuasan konsumen (Y).

**Tabel 1. Variabel Operasional**

Variabel	Item	Indikator
Kualitas Layanan Check in (X)	KP1	Pelayanan <i>Counter Check-in</i> Maskapai Garuda cepat dan akurat.
	KP2	Petugas <i>check-in</i> Maskapai Garuda handal dalam melayani penumpang.
	KP3	Petugas di <i>Counter Check-in</i> Maskapai Garuda mampu memberikan respons yang cepat dalam melayani konsumen.
	KP4	Petugas <i>Check-in counter</i> mampu menanggapi keinginan penumpang dengan baik.
	KP5	Petugas <i>Check-in counter</i> mampu menanggapi keluhan penumpang dengan baik terkait dengan permasalahan <i>check-in</i> .
	KP6	Staff pada <i>Counter Check-in</i> Maskapai Garuda memiliki sikap yang ramah.
	KP7	Staff pada <i>Counter Check-in</i> Maskapai Garuda mampu akrab dengan konsumen.
	KP8	Staff pada <i>Counter Check-in</i> Maskapai Garuda mampu memberikan perhatian pada kebutuhan penumpang.
	KP9	Terdapat jumlah <i>counter check-in</i> yang memadai.
	KP10	Terdapat fasilitas pendukung pada <i>counter check-in</i> yang memudahkan proses pelayanan.
	KP11	Terdapat papan informasi <i>gate check-in</i> yang mudah dilihat.
Kepuasan Konsumen (Y)	KK1	Pelayanan <i>Counter Check-in</i> Maskapai Garuda sesuai dengan harapan saya.
	KK2	Saya puas dengan pelayanan <i>Counter Check-in</i> Maskapai Garuda.
	KK3	Pelayanan <i>Counter Check-in</i> Maskapai Garuda sangat handal sehingga saya berminat menggunakan jasa maskapai Garuda kembali di masa yang akan datang.
	KK4	Staff Pelayanan <i>Counter Check-in</i> Maskapai Garuda sangat ramah dan responsif sehingga saya akan menggunakan jasa maskapai Garuda kembali.
	KK5	Saya dengan senang hati akan merekomendasikan maskapai Garuda ke pada rekan atau keluarga saya karena pelayanannya memuaskan.
	KK6	Saya merasa proses <i>Check-in</i> pada Maskapai Garuda sangat cepat dan tepat sehingga saya tidak segan untuk merekomendasikan maskapai Garuda.
	KK7	Saya kurang menyukai pelayanan maskapai Garuda sehingga tidak ingin merekomendasikan maskapai ini.

Dalam penelitian ini, teknik analisis data dengan perangkat lunak *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS). SPSS dipergunakan dalam menganalisis data dari kuesioner dan observasi terhadap 100 penumpang Maskapai Garuda. Proses analisis dimulai dengan uji validitas dan reliabilitas guna menilai konsistensi dan keakuratan data. Selanjutnya, analisis deskriptif dilakukan untuk menggambarkan karakteristik sampel dan distribusi variabel penelitian. Untuk menguji hipotesis mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, dilakukan uji regresi linier sederhana. Uji ini membantu menentukan sejauh mana kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen.

### III. HASIL

Hasil adalah bagian dari laporan penelitian yang mengarahkan pembaca pada rangkuman hasil penelitian dan implikasinya.

**Tabel 2. Karakteristik Penumpang**

Keterangan	Jumlah
<b>Jenis Kelamin</b>	
Pria	59
Wanita	41
<b>Total</b>	<b>100</b>
<b>Usia</b>	
< 20 tahun	10
20 -25 tahun	44
25-30 tahun	30
>30 tahun	16
<b>Total</b>	<b>100</b>

Karakteristik penumpang dalam penelitian ini menunjukkan bahwa dari 100 responden, 59% adalah pria dan 41% adalah wanita. Berdasarkan distribusi usia, mayoritas penumpang berada dalam rentang usia 20-25 tahun, yaitu sebanyak 44%. Penumpang berusia 25-30 tahun berjumlah 30%, sedangkan penumpang yang berusia di bawah 20

tahun sebanyak 10% dan penumpang yang berusia lebih dari 30 tahun sebesar 16%. Secara keseluruhan, data ini memperlihatkan bahwa mayoritas penumpang yang disurvei adalah pria dan berusia antara 20 hingga 25 tahun.

### Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif memperkenalkan pembaca pada konsep dasar tentang bagaimana data dijelaskan dan disajikan. Statistik deskriptif adalah langkah pertama dalam analisis data, di mana data dikumpulkan, diuraikan, dan diinterpretasikan dengan menggunakan metode-metode statistik.

**Tabel 3. Uji Statistik deksriptif**  
**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kualitas Pelayanan	100	11	55	47.64	11.226
Kepuasan Konsumen	100	7	35	28.62	6.737
Valid N (listwise)	100				

Variabel kualitas pelayanan memiliki rentang nilai antara 11 hingga 55. Nilai minimum adalah 11, maksimum adalah 55, dan rata-rata (mean) adalah 47.64. Standar deviasi (*standard deviation*) dari variabel ini adalah 11.226. Hasil ini menunjukkan bahwa nilai-nilai kualitas pelayanan bervariasi di antara responden, dengan sebagian besar nilai berkisar di sekitar rata-rata dengan deviasi yang relatif rendah.

Variabel kepuasan konsumen memiliki rentang nilai antara 7 hingga 35. Nilai minimum adalah 7, maksimum adalah 35, dan rata-rata (mean) adalah 28.62. Standar deviasi (*standard deviation*) dari variabel ini adalah 6.737. Hasil ini mengindikasikan variasi dalam tingkat kepuasan konsumen di antara responden, dengan sebagian besar responden memiliki tingkat kepuasan yang cenderung mendekati nilai rata-rata, meskipun dengan deviasi yang sedikit lebih tinggi dibandingkan dengan variabel kualitas pelayanan. Kedua variabel tersebut memiliki valid N (listwise) sebanyak 100, memperlihatkan bahwa tidak ada data yang hilang dalam analisis ini.

### Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menilai seberapa baik kuesioner dalam mengukur variabel kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen dapat diandalkan dalam memperoleh data yang akurat dan konsisten..

**Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0.985	Reliabel
Kepuasan Konsumen	0.976	

Variabel kualitas pelayanan memiliki nilai Cronbach's Alpha 0.985. Nilai ini menunjukkan tingkat konsistensi yang sangat tinggi antara item-item yang mengukur kualitas pelayanan dalam kuesioner. Dengan demikian, variabel kualitas pelayanan dapat dianggap sebagai reliabel, karena memiliki tingkat konsistensi yang sangat baik dalam mengukur konstruk yang sama.

Variabel kepuasan konsumen memiliki nilai Cronbach's Alpha 0.976. Hal ini menunjukkan tingkat konsistensi yang tinggi antara item-item yang mengukur kepuasan konsumen dalam kuesioner. Dengan nilai yang mendekati 1, variabel kepuasan konsumen juga dapat dianggap sebagai reliabel, karena memiliki tingkat konsistensi yang sangat baik dalam mengukur konstruk yang sama.

Hasil ini menunjukkan bahwa kedua variabel memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi dalam pengukuran aspek-aspek yang relevan dalam penelitian ini.

### Uji Validitas

Uji validitas merupakan salah satu proses uji yang dilakukan dalam pengolahan data yang telah didapatkan. Pada sesi ini dilakukan pengukuran untuk setiap item pernyataan yang diajukan kepada responden sehingga diketahui tingkat validitas dari masing-masing item. [19] Uji validitas menjadi suatu syarat dalam menetapkan instrument pengumpulan data (kuisisioner) yang dilakukan untuk mendapatkan data penelitian. Uji validitas menggunakan metode korelasi yang menunjukkan hasil bahwa seluruh item pertanyaan yang diajukan kepada penumpang maskapai Garuda mengenai penilaian mereka pada kualitas pelayanan serta kepuasannya.

**Tabel 5 Uji Validitas**

Variabel	Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan	KP1	0.935	0.197	Valid
	KP2	0.936	0.197	
	KP3	0.928	0.197	
	KP4	0.918	0.197	
	KP5	0.929	0.197	

Variabel	Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
	KP6	0.920	0.197	
	KP7	0.937	0.197	
	KP8	0.927	0.197	
	KP9	0.931	0.197	
	KP10	0.936	0.197	
	KP11	0.942	0.197	
Kepuasan Konsumen	KK1	0.937	0.197	
	KK2	0.941	0.197	
	KK3	0.921	0.197	
	KK4	0.938	0.197	
	KK5	0.934	0.197	
	KK6	0.933	0.197	
	KK7	0.938	0.197	

Uji validitas dilakukan terhadap instrumen kuesioner yang digunakan untuk mengukur dua variabel utama dalam penelitian ini, yaitu kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Menggunakan SPSS, hasil uji validitas menunjukkan bahwa semua item untuk variabel kualitas pelayanan (KP1 hingga KP11) memiliki nilai R hitung yang lebih besar dari R tabel (0.197) pada tingkat signifikansi 0.05. Nilai R hitung untuk masing-masing item kualitas pelayanan berkisar antara 0.918 hingga 0.942, menunjukkan bahwa semua item tersebut valid. Demikian pula, untuk variabel kepuasan pelanggan (KK1 hingga KK7), semua item memiliki nilai R hitung yang lebih tinggi daripada R tabel, dengan rentang nilai antara 0.921 hingga 0.941. Berdasarkan hasil ini, semua item kuesioner untuk kedua variabel tersebut dinyatakan valid, karena nilai R hitung melebihi nilai R tabel yang telah ditetapkan.

### Regresi Linier Berganda

Regresi linear berganda dipergunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam industri penerbangan, di mana variabel independen seperti kualitas pelayanan, harga tiket, dan kenyamanan penerbangan dapat berkontribusi terhadap tingkat kepuasan konsumen.

**Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	8.443	2.102		4.018	.000
	Kualitas Pelayanan	.424	.043	.706	9.861	.000

sesuai dengan hitungan maka ringkasan persamaan regresi yang didapatkan pada ialah:

$$Y = 8.443 + 0.424X + e$$

Hasil uji regresi linear sederhana menunjukkan hubungan yang signifikan antara kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen. Terdapat pengaruh positif yang signifikan dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen ( $\beta = 0.706$ ,  $p < 0.001$ ). Setiap peningkatan satu unit dalam kualitas pelayanan secara signifikan berkontribusi terhadap peningkatan kepuasan konsumen sebesar 0.424 unit. Selain itu, intercept dalam model regresi juga signifikan ( $p < 0.001$ ), menunjukkan bahwa bahkan jika kualitas pelayanan nol, masih ada tingkat kepuasan konsumen yang signifikan (intercept = 8.443). Temuan ini menggarisbawahi pentingnya kualitas pelayanan dalam menciptakan kepuasan konsumen yang tinggi dalam industri penerbangan.

### Pengujian Hipotesis Parsial (Uji t)

Setelah mendapatkan persamaan dari proses hitungan regresi sederhana di atas, langkah selanjutnya ialah melakukan uji hipotesis penelitian. Dalam tahap ini akan diuji mengenai korelasi atau pengaruh dari variable kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen (penumpang). Hipotesis yang disusun yaitu:

H1 : terdapat pengaruh dari kualitas pelayanan *check-in counter* maskapai Garuda terhadap kepuasan pelanggan.

H0 : tidak adanya pengaruh dari kualitas pelayanan *check-in counter* maskapai Garuda terhadap kepuasan pelanggan.

Uji t dilakukan untuk menguji apakah koefisien regresi kualitas pelayanan (B) signifikan secara statistik berbeda dari nol. Jika nilai t dari uji t tersebut signifikan ( $p < 0.05$ ), maka H0 ditolak dan H1 diterima, yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

Didapatkan bahwa hasil signifikan dari variable kualitas pelayanan memiliki angka kemungkinan (probabilitas) sebesar  $0,000 \leq 0,05$ . Sehingga bisa diartikan kualitas pelayanan mampu memberikan kontribusi dalam mempengaruhi kepuasan konsumen (penumpang) mengenai pelayanan yang diberikan layanan *counter check-in*

maskapai Garuda. Kondisi ini dapat dijelaskan bahwa hipotesis H1 diterima yang menyatakan adanya pengaruh dari kualitas pelayanan *check-in counter* maskapai Garuda terhadap kepuasan pelanggan/penumpang maskapai Garuda Indonesia.

### Uji Hipotesis Simultan (Uji f)

Uji hipotesis simultan (uji F) adalah tahap krusial dalam analisis regresi, di mana kita mengevaluasi signifikansi keseluruhan dari model regresi. Uji F dipergunakan untuk menguji apakah model regresi yang mencoba menjelaskan hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara keseluruhan signifikan. Hasil yang signifikan akan memperlihatkan bahwa setidaknya salah satu variabel independen dalam model berdampak signifikan pada variabel dependen. Dengan demikian, uji hipotesis simultan menjadi langkah penting dalam menilai keefektifan model regresi dalam menjelaskan fenomena yang diamati.

**Tabel 8. Hasil Uji Simultan (Uji F)**

		ANOVA <sup>a</sup>				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2238.034	1	2238.034	97.240	.000 <sup>b</sup>
	Residual	2255.526	98	23.016		
	Total	4493.560	99			

Tabel ANOVA menunjukkan bahwa model regresi secara keseluruhan adalah signifikan secara statistik ( $F = 97.240, p < 0.001$ ). Temuan ini menegaskan bahwa model regresi secara keseluruhan dapat menjelaskan hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dengan signifikan.

### Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Langkah awal untuk mengevaluasi seberapa baik model regresi mampu menjelaskan variasi dalam variabel dependen berdasarkan variabel independen yang digunakan koefisien determinasi (*R Square*) digunakan untuk menilai seberapa baik kualitas pelayanan dapat menjelaskan tingkat kepuasan konsumen dalam industri penerbangan. Dengan memahami nilai  $R^2$ , kita dapat mengetahui seberapa besar kontribusi variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, serta seberapa baik model regresi yang dibangun dalam menangkap hubungan tersebut.

**Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model	R	Model Summary		
		R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.706 <sup>a</sup>	.498	.493	4.797

Pada Tabel 8 memperlihatkan bahwa sekitar 49.8% dari variasi dalam kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan, dengan nilai *R Square* sebesar 0.498. Ini berarti bahwa model regresi linear sederhana yang digunakan cukup baik dalam menjelaskan hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Meskipun demikian, terdapat sebagian variasi dalam kepuasan pelanggan yang tidak dapat dijelaskan oleh model tersebut. Standar *error* estimasi sebesar 4.797 menunjukkan tingkat akurasi model dalam meramalkan nilai-nilai kepuasan pelanggan. Penyesuaian untuk jumlah prediktor dalam model juga diperhitungkan dengan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0.493, yang memberikan perkiraan yang lebih konservatif tentang seberapa baik model sesuai dengan data.

### Pembahasan

Hasil uji validitas memperlihatkan bahwa semua variabel valid, dengan nilai R hitung yang jauh melebihi nilai R tabel. Hal ini menegaskan bahwa instrumen pengukuran yang digunakan dapat diandalkan untuk mengukur kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dengan baik.

Hasil uji reliabilitas memperlihatkan bahwa kedua variabel, baik kualitas pelayanan maupun kepuasan pelanggan, memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi. Artinya bahwa kuesioner dapat memberikan hasil yang konsisten dan dapat diandalkan dalam mengukur kedua variabel tersebut. Analisis deskriptif dari data juga memberikan gambaran yang jelas tentang karakteristik responden dan distribusi variabel-variabel utama, seperti jenis kelamin, usia, dan skor rata-rata dari kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

Hasil uji regresi linear sederhana memperlihatkan adanya pengaruh positif yang signifikan dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Diperkuat oleh hasil *R Square* sekitar 49.8% dari variasi dalam kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan.

Kualitas pelayanan *check-in counter* maskapai Garuda berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Untuk maskapai Garuda, ini berarti bahwa upaya untuk meningkatkan kualitas interaksi dan efisiensi di titik sentuh pelanggan ini dapat menghasilkan peningkatan kepuasan pelanggan yang signifikan, yang pada gilirannya dapat memperkuat loyalitas pelanggan dan mendukung pencapaian hasil bisnis yang lebih baik. Maskapai harus

mempertimbangkan pengembangan strategi yang menyeluruh untuk meningkatkan kualitas pelayanan ini sebagai bagian dari komitmen mereka terhadap keunggulan dalam pelayanan pelanggan.

#### IV. KESIMPULAN

Sesuai dengan hasil pembahasan dapat dirangkum bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh petugas *check-in counter* maskapai Garuda dapat memberikan suatu pengaruh positif pada kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan yang dipertimbangkan sebagai input penilaian meliputi lima dimensi *servqual* yang dijadikan alat ukur dalam menilai kepuasan konsumen. Hasil analisis memperlihatkan bahwa variabel kualitas pelayanan mampu memberikan pengaruh sebesar 49,3% pada kepuasan penumpang. Artinya perusahaan dapat meningkatkan strategi dan kebijakan untuk dapat mendorong proses pelayanan *counter check-in* menjadi semakin cepat, tepat, dapat diandalkan dan berkualitas. Maskapai Garuda sebagai maskapai *full service* sebaiknya melakukan evaluasi berkala pada seriap layanan yang diberikan sehingga dapat mencapai kepuasan konsumen sehingga nantinya akan membuat perusahaan bisa memenangkan persaingan pada bisnis penerbangan yang kian kompetitif.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] S. A. Sani, M. Batubara, P. R. Silalahi, R. R. Syahputri, and V. Liana, "Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Scarlett Whitening," *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, vol. 4, no. 5, pp. 1327–1342, Feb. 2022, doi: 10.47467/alkharaj.v4i5.931.
- [2] M. B. Septiani, "Pengaruh Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Tupperware," *Jurnal Manajemen Update*, vol. 9, no. 2, 2020.
- [3] P. P. Saniantara, N. Made, and A. Widiastini, "Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Restoran di Era Pandemi di Hotel The Laguna Nusa Dua Bali," vol. 6, no. 1, pp. 241–249, 2023.
- [4] I. Afsherina and Hodi, "Pengaruh Service Excellent Unit Ground Handling Kokapura Terhadap Kepuasan Penumpang di Bandar Udara Internasional Jendral Ahmad Yani Semarang," *MES Management Journal*, vol. 3, no. 1, pp. 119–133, 2024.
- [5] M. Indrasari, "pemasaran & kepuasan pelanggan," Pertama., Jawa Timur, Indonesia: unitomo press, 2019.
- [6] F. Rangkuti, *Measuring Customer Satisfaction. Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka, 2006.
- [7] H. J. Astuti, "Analisis Kepuasan Konsumen (Servqual Model dan Important Performance Analysis Model).," *Media Ekonomi Universitas Muhammadiyah Purwokerto*, vol. 7, no. 1, 2012.
- [8] K. L. Kotler, P., & Keller, *Manajemen Pemasaran edisi 12*. 2018.
- [9] F. Tjiptono, *Strategi Pemasaran Prinsip dan Penerapan*. Andi, 2020.
- [10] E. Prayudhista and I. Aminatuzzuhro, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Check-in Counter Terhadap Kepuasan Penumpang Oleh Pt . Garuda Angkasa Di Bandar Udara INTERNASIONAL YOGYAKARTA," *Jurnal Kewarganegaraan*, vol. 6, no. 1, pp. 289–297, 2022.
- [11] T. S. Pradnyandari and N. K. Purnawati, "PERAN MAINTENANCE DALAM MEMODERASI PENGARUH SCHEDULING TERHADAP KINERJA MASKAPAI PENERBANGAN (Studi Pada Garuda Indonesia Airline)," *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, vol. 8, no. 6, p. 3473, 2019, doi: 10.24843/ejmunud.2019.v08.i06.p07.
- [12] D. Ariani, *Manajemen Kualitas*. Universitas Terbuka, 2022.
- [13] C. Ardhana and K. Yudianto, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Petugas Check-in Counter terhadap Kepuasan Penumpang Maskapai Citilink di Bandar Udara Internasional I Gusti Ngurah Rai Bali," *MES Management Journal*, vol. 3, no. 1, pp. 15–31, 2024.
- [14] M. T. Pertiwi and K. F. Nieamah, "The Influence of Super Air Jet Check-In Counter Service Quality on Passenger Satisfaction at Sultan Thaha Airport Jambi," *QISTINA: Jurnal Multidisiplin Indonesia*, vol. 2, no. 1, pp. 417–427, 2023, doi: 10.57235/qistina.v2i1.555.
- [15] I. Zakiah and G. Ginusti, "Analisis Pelayanan Check-In Counter Maskapai Batik Air Terhadap Kepuasan Penumpang di Bandar Udara Komodo Labuan Bajo," *Jurnal Multidisiplin Madani*, vol. 2, no. 5, pp. 2095–2110, 2022, doi: 10.55927/mudima.v2i5.313.
- [16] P. Bimalaya and Y. Puspitasari, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Petugas Check-in Counter Terhadap Kepuasan Penumpang Maskapai Wings Air di Bandar Udara Sultan Muhammad Salahuddin Bima," *JURNAL MULTIDISIPLIN MADANI (MUDIMA)*, vol. 2, no. 9, pp. 3583–3588, 2022.
- [17] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta, 2019.
- [18] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif*. PT Alfabet, 2011.
- [19] L. Aslichati, *Metode Penelitian Sosial*. Universitas Terbuka, 2023.