

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dengan topik “**Pengaruh *Service Quality* Terhadap *Customer Satisfaction* Serta Dampaknya Kepada Pembentukan *Word of Mouth***”. Penelitian ini dilakukan sebagai salah satu syarat akademis untuk menyelesaikan program studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom.

Penulis menemukan berbagai jenis kesulitan dan permasalahan dalam pelaksanaan dan penyusunan skripsi ini, namun bantuan dan dorongan dari berbagai pihak berhasil membantu penulis dalam memecahkan segala macam kesulitan dan permasalahan yang ada. Oleh sebab itu, penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah berupaya memberikan bantuan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan, mereka adalah:

1. Ayahanda Septiman dan Ibunda Nurlaelah Septiman yang terkasih, tercinta. Untuk semua doa, cinta, dan dukungan yang diberikan. Kedua kakak saya, Ika Pritayuni Septiman dan Dwi Priyaseto Septiman, serta kedua adik saya, Azizah Pridayanti Septiman dan Andi Laila Dutia Aisah Septiman, yang juga tidak pernah berhenti memberikan segala bentuk dukungan. Tanpa kalian semua, saya bukan apa-apa. Terima kasih.
2. Rah Utami Nugrahani, S.Sos., M.B.A., selaku dosen pembimbing, penyemangat, pendorong, dan semua sosok yang penulis butuhkan dalam pengerjaan skripsi. Teman yang dengan sangat sabar selalu meluangkan waktu untuk memberikan pengarahan dan pemahaman dari awal pengerjaan sampai detik akhir perjuangan skripsi ini.
3. Muhammad Azhari, S.E., M.B.A., selaku dosen wali yang membimbing semasa perkuliahan, serta membantu penulis menyelesaikan semua urusan yang berkaitan dengan nilai.
4. Reza Putra, teman pertama di lingkungan kampus. Sahabat yang selalu ada. *Brader* yang selalu siap jadi tempat bertumpu. Terima kasih buat semuanya. Semuanya. Sayang sekali daerah asal kita berbeda. *Best luck, bro!*
5. Ahmad Al Qallas Prataty dan Christian Noel Filemon. Saudara sekasur dan sekamar mandi yang selalu memberikan bantuan dan dukungan moral kepada penulis. Terima kasih, boy. Terima kasih, koh. *Good game, well played!*
6. Perempuan-perempuan terhebat saya, Mama Erin, Mamih, dan Eyang yang tidak pernah berhenti memberikan doa-doa terbaik mereka. Juga untuk semua keluarga di Bandung dan Makassar. Terima kasih.
7. Teman-teman Narrow Adhit, Deya, Galuh, Iam, Iqw, Kathi, Meta, Mpik, Pitut, Rio yang selalu membakar semangat penulis untuk menyelesaikan studi.
8. Teman Kelas J 2008 yang tidak bisa disebutkan satu-persatu. Semoga kelak ada kesempatan untuk kita semua berkumpul bersama kembali. Aamiin.
9. Dimas Haryotedjo dan Rakhmundia Aryo, dan rekan-rekan 2008 lain yang selalu ada untuk menghadapi semua urusan-urusan kampus. Juga untuk keluarga kecil baru saya, SR 63, Tatuka, Momo, Omar, Kuncung, Bolot, Ojan, Ila, dan lainnya. Sukses buat kalian semua. Terima kasih sudah mewarnai detik-detik terakhir saya di Bandung.

Akhir kata penulis berharap agar Allah melimpahkan keselamatan, kenikmatan, dan keberkatan bagi semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan, khususnya di lingkungan Universitas Telkom.

Bandung, 24 Oktober 2014

Tri Primariski Septiman

DAFTAR ISI

Lembar Pengesahan	i
Lembar Pernyataan	iii
Kata Pengantar	v
Abstrak	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xiii
Daftar Gambar	xv
Daftar Lampiran	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang Penelitian	3
1.3 Perumusan Masalah	9
1.4 Tujuan Penelitian	10
1.5 Kegunaan Penelitian	10
1.5.1 Aspek Akademis	10
1.5.2 Aspek Praktis	10
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	13
2.1.1 Rangkuman Teori	13
2.1.1.1 Pemasaran	13
2.1.1.2 Jasa	13
2.1.1.3 Service Quality	15
2.1.1.4 The Gaps Model of Service Quality	18
2.1.1.5 Airline Service Quality	19
2.1.1.6 Customer Satisfaction	20
2.1.1.7 Word of Mouth	21
2.2 Penelitian Terdahulu	22
2.2.1 Persamaan dan Perbedaan dengan Penelitian Terdahulu	30
2.2.2 Tinjauan Model Teoretis Yang Relevan	31
2.3 Kerangka Pemikiran	31
2.4 Hipotesis Penelitian	34
2.5. Ruang Lingkup Penelitian	35
2.5.1 Variabel dan Sub-variabel Penelitian	35
2.5.2 Objek, Waktu dan Lokasi Penelitian	35
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	37
3.1 Jenis Penelitian	37
3.2 Variabel Operasional	37

3.3 Skala Pengukuran.....	39
3.4 Tahapan Penelitian.....	41
3.5 Populasi dan Sampel	41
3.5.1 Populasi	41
3.5.2 Sampel.....	41
3.5.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	42
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.6.1 Data Primer.....	43
3.6.2 Data Sekunder	43
3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas	44
3.7.1 Uji Validitas	44
3.7.1.1 Hasil Uji Validitas	45
3.7.2 Uji Reliabilitas.....	46
3.7.2.1 Hasil Uji Reliabilitas.....	47
3.8 Teknik Analisis Data.....	47
3.8.1 Uji Asumsi Klasik	48
3.8.1.1 Uji Normalitas.....	48
3.8.1.2 Uji Multikolinieritas	48
3.8.1.3 Uji Heteroskedastisitas.....	49
3.8.2 Analisis Jalur	49
3.8.3 Uji Hipotesis.....	51

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Karakteristik Responden	55
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	56
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi	57
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	58
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	59
4.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Durasi Penggunaan Jasa	60
4.2 Hasil Tanggapan Responden.....	61
4.2.1 Tanggapan Responden Mengenai Tangible Factors	61
4.2.2 Tanggapan Responden Mengenai Flight Schedule Factors	62
4.2.3 Tanggapan Responden Mengenai Flight Attendants	64
4.2.4 Tanggapan Responden Mengenai Ground Staff.....	65
4.2.5 Tanggapan Responden Mengenai Customer Satisfaction.....	67
4.2.6 Tanggapan Responden Mengenai Word of Mouth.....	68
4.3 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	69
4.3.1 Uji Normalitas	69
4.3.2 Uji Multikolinieritas	70
4.3.3 Uji Heteroskedastisitas	70
4.4 Hasil Analisis Jalur	70

4.4.1 Pengujian Pengaruh Dimensi Service Quality terhadap Customer Satisfaction	71
4.4.1.1 Pengujian Koefisien Jalur Parsial	72
4.4.1.2 Pengujian Koefisien Jalur Simultan	77
4.4.2 Pengujian Pengaruh Customer Satisfaction terhadap Word of Mouth	79
4.4.3 Pengujian Pengaruh Dimensi Service Quality terhadap Word of Mouth Melalui Variabel Customer Satisfaction	81
4.5 Korelasi Antar Variabel	82
4.6 Notasi Diagram Jalur	83
4.7 Perbandingan Hasil Penelitian Dengan Tinjauan Literatur	85
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	87
5.2 Saran	88
5.2.1 Saran Bagi AirAsia Indonesia	88
5.2.2 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya.....	88
 DAFTAR PUSTAKA	 91

DAFTAR TABEL

BAB I

Tabel 1.1 Maskapai LCC Terbesar di Indonesia.....	5
Tabel 1.2 Data Produksi PT. Indonesia AirAsia 2005-2012.....	6
Tabel 1.3 Data Komplain Terhadap PT. Indonesia AirAsia	7

BAB II

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	22
Tabel 2.2 Variabel dan Sub-variabel Penelitian.....	35

BAB III

Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	38
Tabel 3.2 Poin Skala	40
Tabel 3.3 Skala Pengukuran.....	40
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Variabel Tangible Factors	45
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Variabel Flight Schedule Factors	45
Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas Variabel Flight Attendants	45
Tabel 3.7 Hasil Uji Validitas Variabel Ground Staff	46
Tabel 3.8 Hasil Uji Validitas Variabel Customer Satisfaction	46
Tabel 3.9 Hasil Uji Validitas Variabel Word of Mouth	46
Tabel 3.10 Hasil Uji Reliabilitas Operasional Variabel	47

BAB IV

Tabel 4.1 Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
Tabel 4.2 Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	56
Tabel 4.3 Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi.....	57
Tabel 4.4 Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	58
Tabel 4.5 Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	59
Tabel 4.6 Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Durasi Penggunaan Jasa.....	60
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Mengenai Tangible Factors.....	62
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Mengenai Flight Schedule Factors.....	63
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Mengenai Flight Attendants.....	64
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Mengenai Ground Staff	65
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Mengenai Customer Satisfaction	67
Tabel 4.12 Tanggapan Responden Mengenai Word of Mouth	68
Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas	69
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinieritas	70
Tabel 4.15 Hasil Uji Glesjer.....	70
Tabel 4.16 Koefisien Jalur Variabel Independen Terhadap Customer Satisfaction	71
Tabel 4.17 Hasil Pengujian Pengaruh Tangible Factors Terhadap Customer Satisfaction	73
Tabel 4.18 Hasil Pengujian Pengaruh Flight Schedule Factors Terhadap Customer Satisfaction	74
Tabel 4.19 Hasil Pengujian Pengaruh Flight Attendants Terhadap Customer Satisfaction	75

Tabel 4.20 Hasil Pengujian Pengaruh Ground Staff Terhadap Customer Satisfaction	76
Tabel 4.21 Hasil Pengujian Pengaruh Service Quality Secara Simultan Terhadap Customer Satisfaction	78
Tabel 4.22 Persentase Tanggapan Responden dan Pengaruh Service Quality terhadap Customer Satisfaction .	79
Tabel 4.23 Koefisien Jalur Customer Satisfaction Terhadap Word of Mouth	79
Tabel 4.24 Hasil Uji Pengaruh Customer Satisfaction Terhadap Word of Mouth	80
Tabel 4.25 Koefisien Jalur	81
Tabel 4.26 Hasil Uji Korelasi.....	82
Tabel 4.27 Interpretasi Koefisien Korelasi	83
Tabel 4.28 Perbandingan Hasil Penelitian Saha dan Theingi dengan Penulis	85

DAFTAR GAMBAR

BAB I

Gambar 1.1 Logo AirAsia.....	1
Gambar 1.2 Data Pesawat Berangkat di Indonesia 2003-2011	3
Gambar 1.3 Data Penumpang Berangkat di Indonesia 2003-2011	4
Gambar 1.4 Grafik Produksi PT. Indonesia AirAsia 2005-2012	7

BAB II

Gambar 2.1 Perceived Service Quality	17
Gambar 2.2 The Gaps Model of Service Quality	18
Gambar 2.3 Model Teoretis Relevan	31
Gambar 2.4 Kerangka Pemikiran	33

BAB III

Gambar 3.1 Tahapan Penelitian	41
Gambar 3.2 Gambar Twit Pendistribusian Online Form Kuesioner di Twitter	43
Gambar 3.3 Diagram Jalur	51

BAB IV

Gambar 4.1 Komposisi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
Gambar 4.2 Komposisi Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	57
Gambar 4.3 Komposisi Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi	58
Gambar 4.4 Komposisi Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	59
Gambar 4.5 Komposisi Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	60
Gambar 4.6 Komposisi Karakteristik Responden Berdasarkan Durasi Penggunaan Jasa.....	61
Gambar 4.7 Garis Kontinum Mengenai Variabel Tangible Factors.....	62
Gambar 4.8 Garis Kontinum Mengenai Variabel Flight Schedule Factors.....	63
Gambar 4.9 Garis Kontinum Mengenai Variabel Flight Attendants.....	65
Gambar 4.10 Garis Kontinum Mengenai Variabel Ground Staff.....	66
Gambar 4.11 Garis Kontinum Mengenai Variabel Customer Satisfaction	67
Gambar 4.12 Garis Kontinum Mengenai Variabel Word of Mouth.....	68
Gambar 4.13 Gambaran Sebaran Data Responden	69
Gambar 4.14 Diagram Jalur Service Quality Terhadap Customer Satisfaction.....	72
Gambar 4.15 Diagram Jalur Customer Satisfaction Terhadap Word of Mouth	80
Gambar 4.16 Notasi Diagram Jalur.....	84

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I KUESIONER.....	97
LAMPIRAN II HASIL KUESIONER PRE TEST	101
LAMPIRAN III HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS	105
LAMPIRAN IV HASIL KUESIONER PENELITIAN	117
LAMPIRAN V HASIL ANALISIS	143

