

## PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA PELANGGAN LION AIR DIBANDARA JUANDA SURABAYA)

Ni Wayan Ita Mahendrayani

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya

niwayanita@gmail.com

### Abstract

*Quality of service contribute to the power of good relations between individuals, between organizations or between different units within the organization. Relationship development and performance is a dynamic process with the various dimensions of the relationship that is organized into a performance model, preception and shows personality. Researchers used the kind of conclusive research, as for the characteristics of the target population of this research is, passengers who have already felt and use airline Lion Air for a minimum of 1 time. done in the waiting room of gate 1 to 4 Juanda International Airport Terminal 1 Surabaya and the age of the respondents began 14 up to 50 onwards. The technique of data collection that is taken is a question form. Researchers used the sample as much as 110 respondents, using Likert scale five scale. Analysis techniques using PATH analysis.*

*Keywords: service quality, customer satisfaction, trust*

## PENDAHULUAN

Indonesia memiliki berbagai jenis alat transportasi seperti darat, laut, maupun udara. Salah satu sarana transportasi yang banyak dipergunakan masyarakat Indonesia yakni jasa transportasi udara, semakin dirasakan bahwa dalam melakukan berbagai kegiatan transportasi sarana yang penting dalam mempelancar usaha. Tidak dapat dihilangkan bahwa dalam melakukan kegiatan perekonomian di dunia saat ini sangat tergantung pada transportasi darat, laut maupun udara, tanpa adanya transportasi dalam kegiatan perekonomian sebagai sarana penunjang maka tentu saja tidak akan tercapainya hasil yang memuaskan. Peranan jasa transportasi darat, laut maupun udara menjadi sangat penting bagi kelangsungan perekonomian dunia secara langsung maupun tidak langsung (koran media Madiun.com 2016).

Perkembangan transportasi udara berperan besar dimana didukung dengan berbagai pihak antaranya pemerintah, perusahaan, karyawan dan konsumen. Transportasi udara menjadi yang utama karena dalam meningkatkan pelayanan transportasi udara ke daerah –

daerah yang terjangkau, hal ini membuat jalur penerbangan di daerah-daerah perbatasan serta perjalanan kegiatan ekonomi seperti pariwisata adanya kebutuhan transportasi dari daerah tersebut. Pemerintah yang mengambil keputusan untuk kebijakan – kebijakan mengenai transportasi udara seperti maskapai penerbangan, yang seluruh potensi *high cost economy* di dalam sektor penerbangan harus selalu dilakukan pengevaluasian dan dibetulkan agar transportasi udara seperti maskapai penerbangan yang mampu melayani konsumen secara efektif dan mampu melayani ke daerah – daerah. Tersedianya maskapai penerbangan yang menjangkau ke wilayah seluruh Indonesia dan Internasional, dan ke daerah – daerah terpencil termasuk ke daerah perbatasan sehingga dapat meningkatkan penghasilan dalam perusahaan maskapai penerbangan dan pemerintah.

Pada layanan jasa ini terdapat sumber daya manusia seperti karyawan yang diperlukan untuk mengefisiensikan waktu, biaya, penyedia jasa dan kualitas yang diberikan oleh perusahaan, dimana kepuasan pelanggan menjadi tujuannya. Perusahaan dalam hal ini harus memahami apa saja yang dianggap penting oleh pelanggan.

Menurut Handy Irawan (2002:38) memiliki faktor-

Driver pertama kualitas produk adalah, konsumen yang merasa puas apabila hasil yang dievaluasi oleh konsumen menunjukkan bahwa produk yang di berikan perusahaan sangat berkualitas. Driver kedua harga, konsumen yang sensitif dengan harga, yang biasanya memilih harga yang sangat murah karena konsumen mendapatkan *value for money* yang tinggi dari perusahaan. Driver ketiga adalah kualitas layanan. Konsumen yang merasakan kepuasan yang didapatkan dari perusahaan dengan pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang diharapkan. merupakan driver keempat dari kepuasan pelanggan adalah emosional. Konsumen merasa bangga karena mendapatkan keyakinan dari bahwa konsumen merasa kagum karena menggunakan produk yang bermerek dengan cenderung memberikan kepuasan yang sangat tinggi. Driver terakhir atau driver kelima adalah kemudahan, konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan. Perusahaan yang berfokus pada konsumen terus akan berusaha memberikan kepuasan kepada pelanggannya.

Kepercayaan adalah kesediaan perusahaan untuk bergantung pada mitra bisnis. Kepercayaan ada ketika sebuah kelompok percaya pada sifat terpercaya dan integritas mitra. Kotler (2009:219). Penentuan kepercayaan memainkan peranan penting dalam proses bauran pemasaran, karena penentuan kepercayaan terkait langsung nantinya dengan kepuasan konsumen.

Bahwa kualitas layanan dan kepercayaan memiliki peranan penting dalam menciptakan kepuasan. Kepuasan tersebut mengakibatkan terjadinya pembelian kembali dikarenakan konsumen puas atas hasil dari kinerja jasa yang dirasakan. Dalam menciptakan kualitas layanan yang positif serta kepercayaan yang ada di hati konsumen maka perusahaan dituntut untuk memberikan produk atau layanan yang sesuai dengan keinginan pelanggan. Konsekuensinya, pelanggan tidak memiliki peluang untuk memilih. Jadi, jadi sudah menjadi kewajiban bagi para pemasar untuk tidak berhenti saja pada pemasaran, namun juga harus dapat membuat pelanggan terikat pada produk/jasa agar pelanggan tidak beralih.

Dalam kenyataannya berbagai jasa maskapai penerbangan yang bermunculan dengan beragam kualitas layanan yang ditawarkan yang menyebabkan persaingan dalam dunia bisnis maskapai penerbangan semakin ketat. Beberapa contoh Garuda Indonesia, Citilink, Batik Air, Sriwijaya, Lion Air, Air Asia dan masih banyak lagi yang ada di Indonesia.

**Tabel 1 Data OTP (On Time Performance) tahun 2013 - 2015**

No	Maskapai Penerbangan	2013	2014	2015
1	Indonesia Air Asia	71,58%	78,67 %	67,90%
2	Garuda Indonesia	84,05%	88,52%	65,93%
3	Citilink	80,27%	78,20%	80,28%
4	Lion Air	74,55%	73,80 %	60,80%
5	Batik Air	89,59%	90,78%	85,63%
6	Wings Air	72,37%	71,12%	65,13%
7	Sriwijaya	80,94 %	83,02%	59,27%

**Sumber: PT Angkasa Pura I**

Menunjukkan data ketepatan waktu penerbangan maskapai penerbangan untuk tujuan domestik. Seperti Indonesia Air Asia yang memiliki data *on time performance* mengalami penurunan, hal ini ditunjukkan pada tahun 2013 71,58%, 2014 78,67 %. Sedangkan di tahun 2015 67,90% mengalami penurunan yang cukup signifikan. Garuda Indonesia yang memiliki data *on time performance* mengalami penurunan, hal ini ditunjukkan pada tahun 2013 84,05%, 2014 88,52%. Sedangkan di tahun 2015 65,93% mengalami penurunan yang cukup signifikan. Citilink yang memiliki data *on time performance* mengalami kenaikan, hal ini ditunjukkan pada tahun 2013 80,27%, 2014 78,20%. Sedangkan di tahun 2015 80,28% mengalami kenaikan yang cukup signifikan. Lion Air yang memiliki *on time performance* mengalami penurunan, hal ini ditunjukkan pada tahun 2013 74,55%, 2014 73,80 %. Sedangkan di tahun 2015 60,80% mengalami penurunan yang cukup signifikan. Walaupun demikian maskapai tersebut memiliki jumlah penumpang yang cukup banyak, tetapi *delay* yang dialami cukup tinggi sebesar 64,72% kurang dari 100% untuk ketepatan waktu. Batik Air yang memiliki data *on time performance* mengalami penurunan, hal ini ditunjukkan pada tahun 2013 89,59%, 2014 90,78%. Sedangkan di tahun 2015 85,63% mengalami penurunan yang cukup signifikan. Wings Air yang memiliki data *on time performance* mengalami penurunan, hal ini ditunjukkan pada tahun 2013 72,37%, 2014 71,12%. Sedangkan di tahun 2015 65,13% mengalami penurunan yang cukup signifikan. Sriwijaya

yang memiliki data *on time performance* mengalami penurunan, hal ini ditunjukkan pada tahun 2013 80,94%, 2014 83,02%. Sedangkan di tahun 2015 59,27% mengalami penurunan yang cukup signifikan.

*On Time Performance* menunjukkan ketepatan waktu maskapai penerbangan di mana maskapai, yang melakukan penerbangan tepat waktu menunjukkan kinerja 100% terhadap ketepatan waktu. Sementara itu maskapai yang pencapaian *OTP* nya belum maksimal (tidak mencapai 100%). Hal ini disebabkan karena penyebab cuaca maupun hal-hal lainnya, termasuk masalah teknis.

**Tabel 2 Data OTP (On Time Performance) tahun 2013 -2015**

No	Maskapai Penerbangan	2013	2014	2015
1	Indonesia Air Asia	71,58%	78,67 %	67,90%
2	Garuda Indonesia	84,05%	88,52%	65,93%
3	Citilink	80,27%	78,20%	80,28%
4	Lion Air	74,55%	73,80 %	60,80%
5	Batik Air	89,59%	90,78%	85,63%
6	Wings Air	72,37%	71,12%	65,13%
7	Sriwijaya	80,94 %	83,02%	59,27%

**Sumber: PT Angkasa Pura I/ di olah penulis**

Menunjukkan data ketepatan waktu penerbangan beberapa maskapai penerbangan untuk tujuan domestik. Seperti *Indonesia Air Asia* yang memiliki data *on time performance* mengalami penurunan, hal ini ditunjukkan pada tahun 2013 71,58%, 2014 78,67 %. Sedangkan di tahun 2015 67,90% mengalami penurunan yang cukup signifikan. Garuda Indonesia yang memiliki data *on time performance* mengalami penurunan, hal ini ditunjukkan pada tahun 2013 84,05%, 2014 88,52%. Sedangkan di tahun 2015 65,93% mengalami penurunan yang cukup signifikan. Citilink yang memiliki data *on time performance* mengalami kenaikan, hal ini ditunjukkan pada tahun 2013 80,27%, 2014 78,20%. Sedangkan di tahun 2015 80,28% mengalami kenaikan yang cukup signifikan. Lion Air yang memiliki *on time performance* mengalami penurunan, hal ini ditunjukkan pada tahun 2013 74,55%, 2014 73,80 %. Sedangkan di tahun 2015 60,80% mengalami penurunan yang cukup signifikan. Walaupun demikian maskapai tersebut memiliki jumlah

penumpang yang cukup banyak, tetapi *delay* yang dialami cukup tinggi sebesar 64,72% kurang dari 100% untuk ketepatan waktu. Batik Air yang memiliki data *on time performance* mengalami penurunan, hal ini ditunjukkan pada tahun 2013 89,59%, 2014 90,78%. Sedangkan di tahun 2015 85,63% mengalami penurunan yang cukup signifikan. Wings Air yang memiliki data *on time performance* mengalami penurunan, hal ini ditunjukkan pada tahun 2013 72,37%, 2014 71,12%. Sedangkan di tahun 2015 65,13% mengalami penurunan yang cukup signifikan. Sriwijaya yang memiliki data *on time performance* mengalami penurunan, hal ini ditunjukkan pada tahun 2013 80,94%, 2014 83,02%. Sedangkan di tahun 2015 59,27% mengalami penurunan yang cukup signifikan.

Menurut Penelitian yang dilakukan Harjati dan Venesia (2015), mengatakan bahwa untuk melakukan kepuasan sebagai berikut puas dengan pelayanan maskapai penerbangan yang dipakai, puas dan akan memakai kembali pelayanan maskapai penerbangan dan puas dan akan merekomendasikan maskapai penerbangan kepada orang lain. Selain itu, mengambil konsumen yang baru lebih susah dibandingkan mempertahankan konsumen yang saat ini menjadi salah satu meningkatnya perhatian pada kepuasan pelanggan. Namun, kepuasan konsumen saja tidak cukup.

Latar belakang ini, dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut (1) Apakah terdapat pengaruh Kualitas layanan terhadap Kepuasan pelanggan konsumen Lion Air?(2) Apakah terdapat pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepercayaan konsumen Lion Air? dan (3) Apakah terdapat pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan pelanggan konsumen Lion Air?

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah tersebut, tujuan penelitian ini adalah (1) Untuk menganalisis dan membahas pengaruh Kualitas layanan terhadap Kepuasan pelanggan konsumen Lion Air,(2) Untuk menganalisis dan membahas pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepercayaan konsumen Lion Air, dan (3) Untuk menganalisis dan membahas pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan pelanggan konsumen Lion Air,

## KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

### Kepuasan pelanggan

Secara garis besar dalam Westbrook & Reilly (dalam Tjiptono, 2014: 353) berargumen jika kepuasan itu adalah

mendapat respon dari emosi konsumen dalam merasakan pengalaman yang berhubungan dengan produk atau jasa yang akan dibeli dari gerai ritel, atau bahkan pola perilaku.

**Kualitas layanan**

ISO 9000 dalam pemaparan Lupiyoadi (2013:212) mengatakan bahwa sebuah kualitas itu yang memilih dan menilai seberapa jauh karakteristik dan sifat yang memiliki konsumen dalam memenuhi kebutuhannya dalam berbagai syarat.

**Kepercayaan**

Kepercayaan (*trust*) merupakan salah satu dari karakteristik sikap dan keyakinan bahwa penyedia jasa layanan dapat diandalkan dan dapat bertanggung jawab atas kinerjanya.

Uraian di atas berdasarkan dari peneliti menggunakan hipotesis, yaitu :

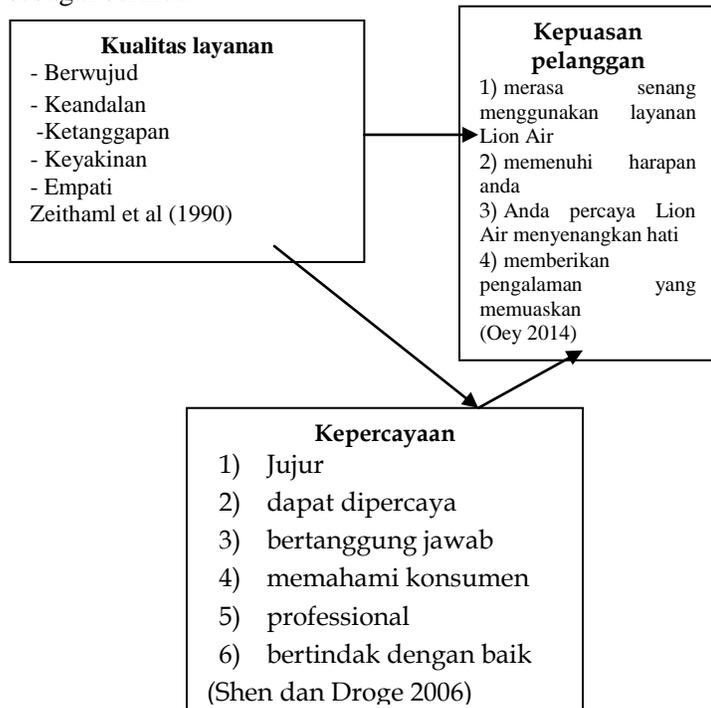
H1 : Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan konsumen Lion Air di Bandara Juanda Surabaya.

H2 : Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Kepercayaan konsumen Lion Air di Bandara Juanda Surabaya.

H3 : Kepercayaan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan konsumen Lion Air di Bandara Juanda Surabaya.

**METODE PENELITIAN**

Adapun rancangan dari peneliti digambarkan sebagai berikut:



**Gambar 1 : Rancangan Penelitian**  
Sumber: Diolah peneliti

Penelitian dilakukan dengan offline karena variabel independen (bebas) yang diteliti ialah penumpang lion air. Lokasi pengambilan sampel dalam penelitian ini ialah di bandara juanda internasional terminal 1 Surabaya.

Target penelitian ini adalah karakteristik yang penumpang yang sudah pernah merasakan dan menggunakan maskapai penerbangan Lion Air minimal 1 kali, penelitian dilakukan di ruang tunggu gate 1 sampai 4 Bandara Internasional Juanda Terminal 1 Surabaya dan usia responden mulai 14 sampai dengan 50 keatas penelitian ini menggunakan teori Sumarwan 2012

Sampel yang akan diambil oleh responden yang peneliti ini sebesar 110, penjelasan dapat disimpulkan bahwa peneliti menggunakan seluruh populasi yang ada untuk sampel penelitian ini mengantisipasi terjadi rusak atau tidak memenuhi syarat, seperti adanya, akan tambah 10% dari sampel diambil terdapat dalam penelitian ini menambahkan 10 responden.

Penyebaran kuesioner dilakukan untuk mendapatkan data primer. Peneliti menyebarkan angket ke 110 pelanggan maskapai lion air yang berisi pengaruh antar variabel penelitian kepada responden, Observasi, penelitian ini menggunakan observasi langsung di lapangan untuk mencari informasi mengenai kepuasan yang didapat konsumen pengguna layanan maskapai lion air yang dilihat dari kualitas layanan lion air dan kepercayaan melalui kepuasan.

Wawancara ini dilakukan secara tidak terstruktur, dimana responden diberikan beberapa pertanyaan untuk mengetahui seputar profesi dan apakah responden seorang pelanggan dari maskapai lion air di bandara juanda Surabaya.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Alat ini menggunakan Path Analysis. Memiliki nilai variabel kualitas layanan (X) sebesar 0, 836 kepercayaan (Z) sebanyak 0, 709, dan kepuasan pelanggan (Y) 0, 842, disimpulkan pernyataan ini sesuai instrument penelitian yang ada di dalam angket dilakukan uji reabilitas dan validitas.

**Karakteristik Responden**

Responden ini penumpang yang sudah pernah merasakan dan menggunakan maskapai penerbangan Lion Air minimal 1 kali, Usia responden mulai 14 sampai dengan 50 keatas dan di ruang tunggu gate 1 sampai 4 Bandara Internasional Juanda Terminal 1 Surabaya dengan jumlah

sebanyak 110 orang. Deskripsi karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, umur dan pekerjaan

**Tabel 3 Karakteristik Responden**

No	Karakteristik	Responden	Jumlah	Persen (%)
1.	Jenis Kelamin	1. Laki-laki	54	49,1
		2. Perempuan	56	50,9
		<b>Total</b>	<b>110</b>	<b>100</b>
2.	Pekerjaan	1. Pelajar/Mahasiswa	20	18,2
		2. PNS/Guru/Dosen	30	27,3
			24	21,8
		3. Wiraswasta	25	22,7
		4. Swasta	11	10,0
		5. Lain-lain		
<b>Total</b>		<b>110</b>	<b>100</b>	
3.	Usia	a. 14 – 21 tahun	12	10,9
		b. 22 – 28 tahun	25	22,7
		c. 29 – 40 tahun	29	26,4
		d. 41 – 50 tahun	26	23,6
		e. 50 keatas	18	16,4
<b>Total</b>		<b>110</b>	<b>100</b>	

Penumpang sudah pernah merasakan sama menggunakan maskapai penerbangan Lion Air minimal 1 kali, Usia responden mulai 14 sampai dengan 50 keatas dan di ruang tunggu gate 1 sampai 4 Bandara Internasional Juanda Terminal 1 Surabaya adalah berjenis kelamin perempuan sebanyak 56 (50,9%), berusia 29 -40 tahun (26,4%), dengan jenis pekerjaan sebagai PNS/Guru/Dosen (27,3%). Sehingga dapat diketahui bahwa perempuan lebih memiliki kebutuhan yang beragam untuk memilih harga *low cost carrier*. Hal ini dikarenakan kalangan perempuan yang sebagian besar berstatus PNS/Guru/Dosen memiliki usia rata-rata 29 -40 tahun memiliki waktu berpergian yang sedikit untuk berkumpul dengan keluarga maka faktor liburan yang sangat penting itu, peluang memakai maskapai penerbangan yang berbiaya murah dan waktu tempuh singkat di manfaatkan sebaik mungkin. Sedangkan untuk Perempuan yang berstatus PNS/Guru/Dosen di Bandara Internasional Juanda Terminal 1 Surabaya.

### Analisis Model dan Kelayakan Model

Path Analysis bahwa telah melakukan normalitas dan linieritas. Pada normalitas grafik terdapat pengaruh positif variabel kualitas layanan terhadap kepercayaan nilai koefisien jalur tersebut sebanyak 0,344. sehingga kualitas layanan berdampak signifikan kepada kepercayaan mengakibatkan signifikan pula. Disimpulkan dengan melakukan kualitas layanan dengan kepuasan akan meningkatkan konsumen.

pengaruh signifikan kualitas layanan dengan kepuasan pelanggan nilai koefisien 0,247. Hal ini memberitahukan bahwa kualitas layanan positif dimana kepuasan pelanggan berpengaruh positif. disimpulkan dengan kualitas layanan yang bagus maka pelanggan baik pula kepuasan diberikan perusahaan kepada pelanggan jasa penerbangan maskapai Lion Air.

### Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis menunjukkan nilai hipotesis pada kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan variabel kepercayaan sebagai variabel intervening hipotesis dan nilai signifikansi variabel kualitas layanan dan kepuasan pelanggan < 0,05. Berdasarkan perbandingan nilai 0,007 dari tiap variabel bebas, maka diketahui bahwa kualitas layanan (X) memiliki pengaruh lebih besar nilai kepuasan pelanggan (Y) hanya sebesar 2.680.

## PEMBAHASAN

### Pengaruh Kualitas layanan terhadap Kepuasan pelanggan

Hipotesis pertama diterima yaitu “terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Lion Air di Bandara Juanda Surabaya”. Hasil dijelaskan Irawan (2009:38) menjelaskan dalam kepuasan pelanggan terdapat lima driver dari kepuasan pelanggan yang salah satu diantaranya adalah *service quality*.

Fenomena ini didukung oleh hasil dikemukakan oleh Muzahid and Parvez (2009) mengatakan secara langsung berdampak positif. Tujuan bisnis yang utama adalah memberikan kualitas layanan guna menciptakan kepuasan pelanggan sehingga dapat memberikan keuntungan pada perusahaan dengan lebih tinggi Shen and Droge (2006).

Dalam penelitian ini variabel kualitas layanan diukur dengan menggunakan lima indikator yaitu, *Tangible*, *Reability*, *Responsiveness*, *Asurance*, dan *Empathy*. Dalam melayani para konsumennya layanan yang diberikan memberikan kepuasan, salah satunya ketika konsumen ragu

dalam menentukan berbagai jenis maskapai penerbangan yang mana ingin digunakan.

### **Pengaruh kualitas layanan terhadap kepercayaan**

Menunjukkan bahwa apabila kualitas layanan meningkat maka kepercayaan juga terus meningkat. Manfaat didapatkan pengguna jasa maskapai penerbangan Lion Air maka semakin meningkat pula kepercayaan yang ditunjukkan oleh konsumen. Hasil tersebut menunjukkan bahwa hipotesis ke dua yaitu “Apakah terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap kepercayaan pada konsumen Lion Air di Bandara Juanda Surabaya.”

Menurut Shen and Droge (2006) menyatakan bahwa kualitas layanan yang dirasakan dapat membangun sebuah kepercayaan yang positif. Menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepercayaan. Menurut Muzhid and Parvez (2009) menyatakan keyakinan di mana seseorang bersedia bertindak dan membuat suatu pilihan. Kepercayaan digambarkan sebagai tindakan kognitif dan berpengaruh positif terhadap kualitas layanan. Jadi dapat dikatakan bahwa kualitas layanan dipengaruhi oleh kepercayaan. Pelanggan akan loyal apabila mereka merasa puas jika setelah merasakan suatu produk atau jasa.

Maskapai penerbangan Lion Air perlu menciptakan kualitas layanan agar tercipta kepercayaan. Peningkatan performa staff penerbangan, memberikan layanan yang lebih baik lagi kepada pengguna penerbangan dan inovasi yang berbeda pada layanan yang diberikan. Diharapkan konsumen merasakan kualitas layanan sehingga akan menumbuhkan rasa percaya terhadap maskapai penerbangan Lion Air.

### **Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Kepercayaan yang diberikan kepada konsumen menjadi lebih baik maka semakin meningkat pula kepuasan pelanggan pada maskapai penerbangan Lion Air. Maka dari itu hipotesis ketiga yaitu “Apakah terdapat pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan pada konsumen Lion Air di Bandara Juanda Surabaya” terbukti kebenarannya.

Menurut Kartikasari (2014) yang mengatakan bahwa kepercayaan sebagai variabel *moderating* berpengaruh kepuasan pelanggan sebagai variabel Y. hal ini membuktikan bahwa meningkatnya yang diberikan kepada konsumen, bahwa kepercayaan yang berkualitas sehingga akan terus meningkatkan kepuasan pelanggan.

Maskapai penerbangan Lion Air dengan adanya hubungan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan maka konsumen akan percaya dan merasa puas dengan layanan yang diberikan maskapai penerbangan Lion Air.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian, pengujian hipotesis, dan pembahasan maka dapat disimpulkan sebagai berikut: (1) Terdapat pengaruh yang signifikan dari Kualitas Layanan (X) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Lion Air di Bandara Juanda Surabaya. (2) Terdapat pengaruh yang signifikan dari Kualitas Layanan (X) terhadap Kepercayaan (Z) Lion Air di Bandara Juanda Surabaya. (3) Terdapat pengaruh yang signifikan dari Kepercayaan (Z) Terhadap Kepuasan pelanggan (Y) Lion Air di bandara Juanda Surabaya.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Akbar, Mohammad Muzahid and Parvez, Noorjahan.2009. *Impact of Service Quality, Trust, and Customer Satisfaction on Customer Loyalty*, ABAC Journal, Vol.29, No 1
- Ariani, D. Wahyu. 2009. *Manajemen Operasi Jasa*. Yogyakarta :Graha Ilmu
- Aryani Dwi dan Rosinta Febrina.2010. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*.
- Azwar, S. (2007). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Engel, James F. dan Blackwell, Roger D. dan Miniard, Paul W. 1995. Edisi keenam. Jilid 2. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM. SPSS 19*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Harjati Lily dan Venesia Yurike .2015. Pengaruh Kualitas Layanan Dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Maskapai Penerbangan Tiger Air Mandala. *Jurnal WIDYA Ekonomika*. Volume 1 Nomor 1
- Irawan, Handi.2002. *Kepuasan Pelanggan*. Jakarta:PT Elex Media Komputindo
- Kartikasari, Dwi, Dkk. 2014. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan dan Kepercayaan di Rumah

- Sakit Bunda Kandungan Surabaya. Jurnal . Volume Nomer
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin L. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin L. 2007. *Manajemen Pemasaran edisi kedua belas jilid 2*. Jakarta : Indeks.
- Lovelock, Christopher dan Wright, Lauren K. 2007. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Indeks.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Jakarta : Salemba Empat.
- Malhotra, Naresh K. 2009. *Riset Pemasaran Pendekatan Terapan*. Jakarta : Indeks.
- Pratiwi, Ni Putu Lenny dan Seminari, Ni Ketut . 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah. *Jurnal Manajemen* Vol. 4, No.5
- Salim, Kenny Febrina, dan Catherine.2015. Pengaruh *Customer Experience* dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Di TX Travel Klampis. *Jurnal Manajemen Perhotelan*
- Sarwono, Jonathan. 2012. *Path Analisis dengan SPSS: Teori, Aplikasi, Prosedur Analisis untuk Riset Skripsi*, Tesis dan Disertasi. Jakarta : PT Gramedia.
- Setiawan, Ivan Aries dan Ritonga, Ferdiansyah. 2011. *Analisis Jalur (Path Analysis) Dengan Menggunakan Program AMOS*. Tangerang : Suluh Media.
- Sobel, M. E. 1982. *Asymptotic confidence intervals for indirect effects in structural equation models*. *Sociological Methodology*. 13 (1), 290-321
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor : Ghalia Indonesia.
- Shen, chiou Jyh, and Droge Cornelia .2006. *Service Quality, Trust, Specific Asset Investment , and Expertise : Direct and Indirect Effect in a Satisfaction - Loyalty Framework*. *Journal of the Academy of Marketing Scienc* Volume 34, No. 4
- Tim Penyusun. 2014. *Pedoman Penulisan Skripsi Universitas Negeri Surabaya*. Surabaya : UNESA Press.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Tjiptono, Fandy, 2014. *Strategi Pemasaran Jasa*, Yogyakarta : Penerbit Andi
- Oey Eka cipta Wijaya 2014. Pengaruh Kualitas layanan Terhadap Kepuasan pelanggan dalam membentuk Loyalitas pelanggan pada pengguna jasa Garuda Indonesia di Surabaya. *Jurnal ILMIAH Mahasiswa Universitas Surabaya* Volume 3 nomer 1  
<http://hukumonline.com>. Diakses pada tanggal 08 Maret 2016
- [http://koran\\_media Madiun](http://koran_media Madiun). Diakses pada tanggal 08 Maret 2016
- [http:// Twitter.com](http://Twitter.com). Diakses pada tanggal 10 Maret 2016
- <http://Wikipedia.com>. Diakses pada tanggal 10 Maret 2016
- <http://pesawatinfo.blogspot.co.id/2013/06/sejarah-tiket-murah-oleh-lion-air.html> Diakses pada tanggal 25 Juli 2016
- <http://quantpsy.org/sobel/sobel.htm>. Diakses pada tanggal 12 Juli 2016
- <http://bisnis.news.viva.co.id/news/read/719294-sering-delay-lion-air-janji-perbaiki-kualitas-layanan> Diakses pada tanggal 13 Agustus 2016