

# **DISERTASI**

## **PENGARUH KOMITMEN MANAJEMEN TERHADAP KUALITAS LAYANAN UNTUK MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN MASKAPAI PENERBANGAN DOMESTIK**

**SUDUT PANDANG PELANGGAN DAN PENYAJI JASA**



**DIAH NATALISA**

**PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS AIRLANGGA  
SURABAYA  
2000**

**PENGARUH KOMITMEN MANAJEMEN  
TERHADAP KUALITAS LAYANAN UNTUK MENINGKATKAN  
KEPUASAN PELANGGAN MASKAPAI PENERBANGAN DOMESTIK  
SUDUT PANDANG PELANGGAN DAN PENYAJI JASA**

**DISERTASI**

**Untuk memperoleh Gelar Doktor  
dalam Ilmu Ekonomi  
pada Program Pascasarjana Universitas Airlangga  
dan telah dipertahankan di hadapan  
Panitia Ujian Doktor Terbuka  
pada hari Rabu  
tanggal 1 Desember 1999  
pukul 10.00 WIB**

*Oleh :*

**DIAH NATALISA  
NIM. 099512005 D**

**Disertasi ini telah disetujui**

**Tanggal 27 Januari 2000**

oleh:

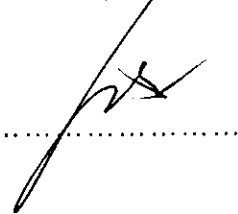
**Promotor** : Prof. V. Henky Supit, S.E., Ak.



**Ko Promotor I** : Dr. Ir. Budiarto Subroto, D. E. A.



**Ko Promotor II** : Prof. H.M. Syafiie Idrus, S.E., M.Ec., Ph.D.



**Telah diuji pada Ujian Tahap I (Tertutup)  
Tanggal 27 Agustus 1999**

---

**PANITIA PENGUJI DISERTASI**

**Ketua** : Prof. Drs. Ec. Budiman Chr., M.A., Ph.D.

**Anggota** : 1. Prof. V. Henky Supit, S.E., Ak.  
2. Dr. Ir. Budiarto Subroto, D.E.A.  
3. Prof. H. M. Syafiie Idrus, S.E, M.Ec., Ph.D.  
4. Prof. Dr. Murdijanto Purbangkoro, S.E., S.U.  
5. Dr. Ida Bagus Made Santika, S.E.  
6. Widodo J.P., dr., M.S., MPH, Dr.PH.

**Ditetapkan dengan Surat Keputusan  
Rektor Universitas Airlangga  
Nomor : 8404/J03/PP/1999  
Tanggal 6 September 1999**

## UCAPAN TERIMA KASIH

Rasa syukur dan terima kasih yang tiada terhingga saya panjatkan ke hadirat Allah SWT, karena dengan perkenan-Nya maka penulisan disertasi untuk memenuhi persyaratan pada Program Pascasarjana Universitas Airlangga ini dapat saya selesaikan.

Dengan selesainya disertasi ini, maka dengan hati yang tulus dan penuh rasa syukur saya sampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

Prof. V. Henky Supit, SE, Ak., guru besar Ilmu Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Airlangga Surabaya, selaku pendidik dan promotor, yang dengan penuh perhatian dan kesabaran telah memberikan dorongan, bimbingan, dan saran sampai dengan selesainya penyusunan disertasi ini.

Dr. Ir. Budiarto Subroto, DEA., dosen Institut Teknologi Bandung, selaku ko promotor I, yang senantiasa menyediakan waktu, memberikan dorongan, dan dengan penuh kesabaran serta tidak pernah bosannya menerangkan dan menambah wawasan keilmuan saya, khususnya bidang Pemasaran Jasa Penerbangan yang menjadi dasar penelitian disertasi ini.

Prof. H.M. Syafiie Idrus, S.E., M.Ec., Ph.D., guru besar Ilmu Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya Malang, selaku ko promotor II, yang telah banyak membuka wawasan, masukan, dan memberikan dorongan dalam penyelesaian disertasi ini.

Pemerintah Republik Indonesia, melalui Tim Manajemen Program Doktor, Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi Departemen Pendidikan dan Kebudayaan

Republik Indonesia yang telah memberi kesempatan dan dana kepada saya untuk mengikuti pendidikan pada Program Pascasarjana Universitas Airlangga.

Rektor Universitas Airlangga, Prof. H. Soedarto, dr., DTM&H, Ph.D., dan mantan Rektor Prof. H. Bambang Rahino Setokoesoemo, dr., yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk mengikuti program doktor pada Program Pascasarjana Universitas Airlangga.

Direktur Program Pascasarjana Universitas Airlangga Prof. Dr. H. Soedijono Tirtowidardjo, dr, DSTHT., yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk mengikuti program doktor pada Program Pascasarjana Universitas Airlangga.

Ketua Program Studi Ilmu Ekonomi, Prof. Armijn Rangkuti, SE, atas bantuan dan dorongan yang diberikan selama saya mengikuti pendidikan pada Program Pascasarjana Universitas Airlangga.

Staf pengajar di Program Pascasarjana Universitas Airlangga: Prof. Dr. H. Soeroso Imam Zadjuli, SE., Prof. Miendrowo Prawirodjoemeno, SE., Dr. Ida Bagus Made Santika, SE., Prof. Dr. H. Umar Nimran, MA., Prof. V. Henky Supit, SE., Ak., Prof. H.M. Syaifiie Idrus, S.E., M.Ec., Ph.D., Dr. Armanu Thoyib, SE., M.Sc., Prof. Abdul Gani SH, MS., Prof. J. H. Glinka, Prof. Soetandyo Wignjosoebroto, MPA., Widodo J. Pudjirahardjo, dr., MS., MPH., Dr.PH., Dr. M. Zainuddin Apt., dan Dr. Sarmanu, drh., MS., yang selama ini telah ikhlas memberikan tambahan bekal ilmu dan wawasan yang sangat berguna bagi perjalanan karier saya selanjutnya, sebagai seorang pendidik.

Widodo J. Pudjirahardjo, dr., MS., MPH., Dr.PH., yang telah membimbing sejak awal pendidikan saya dan bersedia menjadi konsultan studi, sehingga akhirnya konsep

pemikiran saya dapat terwujud menjadi disertasi ini. Kedisiplinan, pemikiran yang inovatif, dan kesabarannya memberikan dorongan yang efektif bagi saya dalam menyelesaikan disertasi ini.

Dr. Ida Bagus Made Santika, SE., sebagai orang pertama yang memunculkan permasalahan tentang dunia penerbangan, yang akhirnya menjadi dasar pemikiran saya untuk mengembangkannya menjadi suatu disertasi. Alur pikir yang sistematis dan masukan yang diberikannya memberikan dorongan bagi saya dalam menyelesaikan disertasi ini.

Prof. Drs. Ec. Budiman Chr. MA., Ph.D., sebagai ketua Tim Penguji Ujian Tahap Pertama, Prof. Dr. Murdiyanto, SU., Dr. IBM Santika, SE., Dr. Imam Syakir, SE., Widodo JP., dr., MS., MPH., Dr.PH., sebagai anggota Tim Penguji Ujian Tahap Pertama dan anggota Tim Penilai Naskah Disertasi atas saran-saran yang diberikan untuk perbaikan disertasi ini.

Rektor Universitas Sriwijaya Prof. Dr. Ir. H. Zainal Ridho Jakfar dan mantan Rektor Prof. Ir. H. Machmud Hasjim, MME., Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya Dra. Badia Perizade, MBA., mantan Dekan H. Zuhdi Rodjeh, SE., pimpinan Program MM Universitas Sriwijaya Dr. Siti Zainab Bakir, SE., Prof. Dr. JL Tamba, Prof. Dr. Nurimansyah Hasibuan, Drs. H. Muchtar Humaidi, Drs. H. Achmad Rifai, dan pimpinan Program Extension Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya Drs. Soebedjo yang telah memberikan kesempatan, dorongan, dan bantuan finansial kepada saya untuk melanjutkan pendidikan doktor di Program Pascasarjana Universitas Airlangga.

Yayasan Ilmu-Imu Sosial melalui *The Toyota Foundation*, atas bantuan dana yang telah saya terima untuk menyelesaikan penelitian.

Semua guru saya sejak sekolah dasar hingga perguruan tinggi yang telah memberikan kepandaian kepada saya sampai akhirnya saya dapat menyelesaikan pendidikan ini.

Dra. Badia Perizade, MBA., yang telah memberikan bimbingan kepada saya sejak awal pendidikan sehingga akhirnya saya menjadi staf pengajar di Fakultas Ekonomi Unsri. Perhatian, bantuan, dan dorongan yang diberikan memotivasi saya untuk menyelesaikan studi.

T. Hani Handoko, Ph.D., yang telah memberikan dorongan sejak awal pendidikan saya di *College of Business & Economics University of Kentucky, USA* hingga mengikuti pendidikan doktor di Program Pascasarjana Unair.

Prof. Ir. D.K. Harya Putra, M.Sc., Ph.D., yang banyak memberi masukan, koreksi, dan dorongan di dalam penulisan disertasi ini.

Teman sejawat di Universitas Sriwijaya: Drs. Isnurhadi, MBA., Dra. Bernadette Robiani, M.Sc., Drs. Puspowarsito, MBA., Drs. Effendy Bachtiar, Dra. Chairani Effendy, Wahyu Ernaningsih, SH, M.Hum., dan sejawat di Pusat Studi Wanita Unsri, atas segala bantuan dan dorongan kepada saya dalam menyelesaikan studi.

Dewi Fadila SE., Sodikin, SE., Ifan Farulian SE., Bambang Indro, SE., Dedy Junaidi, SE., dan Ochie yang dengan tulus telah banyak berkorban membantu selama pelaksanaan penelitian di bandara Cengkareng, Jakarta.

Bapak Bendady Pramono dan Wahyu Rianto dari Bouraq Airlines, Bapak Cerah Iskradono, Tito Warsito dan staff dari Garuda Indonesia, Ibu Luthfia Hidayati dan Bapak Ndan Kamandanu dari Mandala Airlines, Bapak Drs. Sukandi, MM dari Merpati, dan Bapak Riza Iskandar dari Sempati Air, yang tidak hanya telah memberikan bantuan



selama pelaksanaan penelitian, namun juga memberikan masukan yang sangat berharga bagi saya mengenai dunia penerbangan di Indonesia.

Teman sejawat di Program Pascasarjana Unair, khususnya teman-teman di Himpunan Mahasiswa (mas Aminuddin, mbak Rien, mas Helal, mas Bambang), dan teman angkatan 1995 pada Program Studi Ilmu Ekonomi yang telah menerima saya sebagaimana adanya. Terima kasih atas segala bantuan dan perhatiannya selama ini.

Mbak Boendi, Fifi, mbak Nita, mbak Harsini, mbak Nana, mbak Siswati, mbak Sari, mas Tri, mas Tatang, pak Machmud, mas Edi, Ila, Sakti, Boy, Yosa, dan Eva yang selama ini telah ikut sibuk, banyak membantu saya dalam menjalani pendidikan, membesarkan hati saya, dan teman di kala suka maupun duka selama saya berada di Surabaya.

Keluarga Moedjono dr. (almarhum), keluarga wanda Ir. Marzuki Saleh, dan keluarga Ibu Umi Bakri, yang telah memberikan suasana kehangatan keluarga selama saya berada di Surabaya.

Ayah dan Ibu, yang penuh tanggung jawab dan cinta kasih mendidik saya, yang senantiasa memberi semangat dan do'anya, sehingga saya dapat menyelesaikan setiap tahap dari proses pendidikan dan cita-cita saya, juga ikut sibuk membesarkan anak-anak saya selama pendidikan di Surabaya.

Ayah mertua dan almarhumah Ibu mertua saya, yang telah memberikan dorongan dan do'anya kepada saya untuk menyelesaikan pendidikan ini.

Adik-adikku Mayor Pol. Drs. M. Tito Karnavian, MA., Ir. Tri Suswati, dr. Iwan Dakota, Dian Marelia, Doni Akbar, dan Fifa Argentina, yang selalu memberikan dorongan dan cinta kasih kepada saya selama proses pendidikan. Tak lupa terima kasih

yang sebesar-besarnya kepada Erna dan Andi yang telah ikut sibuk menjaga Yayan dan Tissa selama saya berada di Surabaya.

Suamiku tercinta Ir. Agusti M. Amin dan anak-anakku tersayang M. Bastian V. Pradana dan Dwitissa Novaria Ananda atas segala pengertian, perhatian, kesabaran, pengorbanan, dan do'a restunya, yang memungkinkan saya menyelesaikan pendidikan ini.

Kepada semua pihak, yang telah dengan tulus ikhlas membantu dan mendoakan keberhasilan bagi saya, yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, saya sampaikan penghargaan dan terima kasih yang sebesar-besarnya. Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat, petunjuk dan bimbingan-Nya kepada kita semua, Amien!

## RINGKASAN

Kondisi pasar jasa penerbangan domestik dewasa ini sangat kompetitif. Kebijakan deregulasi di bidang penerbangan yang diluncurkan pemerintah sejak tahun 1990 menyebabkan industri jasa penerbangan domestik mengalami *over supply*, sehingga semakin memperketat persaingan antarmaskapai domestik.

Penelitian ini menggunakan desain konklusif (*conclusive research design*) dan menggunakan metoda survei. Tujuan penelitian adalah untuk mengkaji pengaruh variabel komitmen manajemen terhadap tingkat kepuasan pelanggan maskapai domestik. Dalam disertasi ini, komitmen manajemen terhadap kualitas layanan diukur dari sejauh mana maskapai domestik mempertimbangkan harapan pelanggan dalam penyampaian layanannya. Variabel persepsi pelanggan atas kualitas layanan, harga, situasi, pribadi, dan kesesuaian antara kualitas layanan dan komunikasi eksternal (promosi) dianalisis untuk mengetahui perbedaan tingkat kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan maskapai domestik. Selain itu, juga dianalisis variabel yang membedakan tingkat kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan segmen bisnis, wisata, dan kunjungan keluarga. Secara integratif, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel komitmen manajemen dan kepuasan kerja karyawan terhadap persepsi pelanggan atas kualitas layanan dan tingkat kepuasan pelanggan.

Sampel penelitian adalah 887 pelanggan maskapai Bouraq, Garuda, Mandala, dan Merpati yang berangkat dari bandara Cengkareng, sedangkan dari pihak penyaji jasa didapatkan sampel sebanyak 180 responden karyawan garis depan (*frontliners*) dan 66 pimpinan dan manajer keempat maskapai tersebut. Data pelanggan didapatkan melalui penyebaran dan pengumpulan kembali kuesioner di ruang tunggu keempat maskapai

domestik, yaitu di terminal B, C, dan F bandara Cengkareng selama 12 hari untuk responden pelanggan, dan di kantor pusat masing-masing maskapai selama 6 bulan untuk responden penyaji jasa. Selanjutnya, data diolah dan dianalisis dengan menggunakan analisis Regresi, Faktor, Diskriminan dengan *Program SPSS release 7,5* dan analisis Jalur (*path analysis*) dengan *Program Stats release 2.6*.

Hasil penelitian menunjukkan mayoritas responden pelanggan (64,8%) merasa tidak puas dengan kualitas layanan yang diterima. Tingkat kepuasan pelanggan dipengaruhi secara positif oleh kelima dimensi kualitas layanan, dengan dimensi *assurance* yang paling besar pengaruhnya terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Tingkat kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan maskapai domestik tidak dibedakan oleh variabel harga dan pribadi, akan tetapi dibedakan oleh variabel: 1) persepsi pelanggan atas kualitas layanan, 2) kesesuaian antara kualitas layanan dengan komunikasi eksternal, dan 3) situasi (*on time performance*). Variabel persepsi pelanggan atas kualitas layanan merupakan variabel utama pembeda tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan (tanpa membedakan segmen). Variabel situasi (*on time performance*) terbukti sebagai variabel pembeda tingkat kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan segmen bisnis, sedangkan variabel harga tidak terbukti sebagai variabel pembeda tingkat kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan segmen wisata dan kunjungan keluarga.

Secara integratif, kepuasan kerja karyawan tidak terbukti memberikan pengaruh positif terhadap persepsi pelanggan atas kualitas layanan dan tingkat kepuasan pelanggan. Sebaliknya, komitmen manajemen mempunyai pengaruh tak langsung yang positif terhadap persepsi pelanggan atas kualitas layanan dan tingkat kepuasan pelanggan. Dengan kata lain, ketidakpuasan pelanggan disebabkan oleh interaksi yang terjadi antara

pelanggan dengan karyawan garis depan (*frontliners*), bukan karena pelanggan merasa bahwa maskapai domestik tidak memiliki komitmen terhadap kualitas layanan. Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan maskapai domestik, perbaikan perlu dilakukan terhadap kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan. Untuk meningkatkan kualitas layanan, maskapai domestik harus lebih meningkatkan komitmen manajemen terhadap kualitas layanan. Dapat disimpulkan bahwa untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, maskapai domestik harus lebih meningkatkan komitmen manajemen terhadap kualitas layanan. Atau dengan kata lain, dalam penyampaian layanannya, maskapai domestik harus berorientasi kepada pelanggan.

Berdasarkan temuan disertasi ini, riset mendatang diduga perlu dilakukan terhadap aspek pemasaran internal, terutama manajemen karyawan garis depan (*frontliners*). Topik yang sebaiknya diteliti adalah: kepemimpinan (*leadership*) dan pelatihan untuk karyawan garis depan (*frontliners*). Selain itu, pengaruh kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan terhadap loyalitas dan keluhan pelanggan (*word-of-mouth communication*) juga merupakan topik yang perlu mendapat perhatian khusus.

Untuk meningkatkan kinerja maskapai domestik, perbaikan perlu dilakukan terhadap semua dimensi kualitas layanan, terutama dimensi *assurance*, yaitu jaminan pelayanan yang mencerminkan tingkat profesionalisme dan keselamatan (*safety*) penerbangan yang tinggi. Maskapai domestik sebaiknya memperhitungkan dengan cermat keefektifan dari tema promosi yang digunakan. Temuan penelitian ini membuktikan bahwa promosi yang cenderung berlebihan merupakan faktor pembeda tingkat kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan yang besar pengaruhnya setelah variabel persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan.

## ABSTRACT

At the present time, the market condition for the domestic airline is very competitive. The deregulation policies acted by the Indonesian government since 1990 have resulted in over supply in the domestic airline industry, which in turn induced even tighter competition. The study reported in this dissertation was a conclusive research, which was carried out through survey. The current works were aimed to study the effect of management commitment to service quality on the customers' level of satisfaction.

Samples used in the present study were 887 passengers of Bouraq, Garuda, Mandala, and Merpati airlines who departed from Cengkareng airport, Jakarta. Samples of the service providers included up to 180 frontliners respondents and 66 high rank officers and managers. The data was subsequently analyzed by employing regression, discriminant, factor, and path analysis.

The results showed that majority of the customer respondents (64.8%) were not satisfied with the service provided. The customers' level of satisfaction was positively affected by the five dimensions of service quality; among those dimensions, assurance performed the strongest effect on the level of customers' satisfaction. The customers' levels of satisfaction or dissatisfaction were not differentiated by the price and personal variables, but rather by other variables, those are: 1) the customers' perception of service quality, 2) the appropriation between the service quality and the external communication (promotion), and 3) the situational variable (on time performance). The situational variable (on time performance) was proved to be the differentiating variable in the level of satisfaction or dissatisfaction for customers of business segment. Moreover, the price variable was not the differentiating variable in the level of satisfaction or dissatisfaction for customers of vacation (holiday) and visiting friends and relatives (VFR) segments.

Simultaneously, employees' job satisfaction did not positively affect customers' perception of service quality and customers' level of satisfaction. On the other hand, management commitment to service quality has indirect positive effects on customers' perception of service quality and customers' level of satisfaction. In other words, the level of customers' dissatisfaction was due to the interaction between customers and frontliners, not due to the lack of management commitment to service quality. It may be concluded that management commitment to service quality affected customers' level of satisfaction.

Based on the finding of this study, further investigation is needed on the internal marketing aspects, especially the management of customer-contact service employees. Further research could examine issues such as leadership and training for customer-contact service employees.

**Key words:** Management commitment to service quality  
 Employees' job satisfaction  
 Customers' perception of service quality  
 Customers' satisfaction