

## BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Pengumpulan Sampel

Dalam bab ini akan menjelaskan ringkasan tentang data – data yang sudah diolah dalam proses pengujian yang bertujuan untuk membaca dan memahaminya dengan mudah. Pada analisis hasil dan pembahasan akan menguraikan tentang uji validitas dan reabilitas, deskriptif data penelitian, analisis inferensial, uji asumsi klasik, regresi linear berganda dan pengujian hipotesis.

Sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan jasa penerbangan pesawat Lion Air di Kota Padang. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 responden. Kuesioner yang diterima peneliti adalah 100 kuesioner telah diperiksa dan tidak terdapat kuesioner yang tidak dapat digunakan. Sehingga total kuesioner yang dapat diolah sebanyak 100 kuesioner. Berikut rincian pengumpulan kuesioner pada Tabel 4.1 sebagai berikut:

**Tabel 4.1**  
**Rincian Pengumpulan Kuesioner**

No	Keterangan	Jumlah	Persentase(%)
1	Kuesioner yang disebar	100	100
2	Kuesioner yang kembali	100	100
3	Kuesioner yang tidak dapat diolah	0	0
4	Jumlah kuesioner yang dapat diolah	<b>100</b>	<b>100</b>

*Sumber : Data Olahan (2019)*

### 4.2 Deskriptif Umum Responden

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan bukti empiris pengaruh kualitas pelayanan, harga dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan maskapai penerbangan

pesawat Lion Air di Kota Padang. Proses pengumpulan informasi dan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada 100 orang responden yang pernah menjadi pelanggan jasa penerbangan pesawat Lion Air di Kota Padang. Proses penyebaran kuesioner melibatkan peneliti secara langsung, oleh karena itu 100 lembar kuesioner yang di sebar dan berhasil di kumpulkan kembali.

Setelah seluruh informasi dan data yang di butuhkan berhasil di kumpulkan maka proses klasifikasi data (tabulasi) hasil penyebaran kuesioner kemudian dilakukan. Proses tersebut dilakukan secara manual, setelah proses tersebut selesai, tahapan pengolahan data dapat segera dilakukan. Proses pengolahan data dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif yang di uji melalui bantuan program SPSS 16.0. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner, dapat di kelompokkan profil umum yang dimiliki responden yang berpartisipasi di dalam penelitian ini seperti terlihat pada Tabel berikut ini :

**Tabel 4.2**  
**Profil Responden**  
**Berdasarkan Jenis Kelamin**

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase (%)</b>
1. Laki-Laki	53	53
2. Perempuan	47	47
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

*Sumber : Data Primer diolah 2019, Lampiran 3*

Berdasarkan Tabel 4.2 menunjukkan bahwa responden didominasi oleh laki-laki sebanyak 53 orang (53%), sedangkan jumlah responden perempuan sebanyak 47 orang (47%). Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar pelanggan pada maskapai penerbangan pesawat Lion Air di Kota Padang adalah laki-laki.

**Tabel 4.3**  
**Profil Responden**  
**Berdasarkan Usia**

No	Usia	Jumlah	Persentase (%)
1	17 - 22 tahun	9	9
2	23 - 28 tahun	14	14
3	29 - 34 tahun	17	17
4	35 - 40 tahun	19	19
5	41 – 46 Tahun	18	18
6	> 46 Tahun	23	23
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100</b>

*Sumber :Data Primer diolah 2019, Lampiran 3*

Berdasarkan Tabel 4.3 dapat dilihat dari 100 responden ditemukan responden terbanyak dari usia >46 tahun sebanyak 23 orang dengan persentase 23%, sedangkan responden paling sedikit berusia diatas 17 – 22 tahun sebanyak 9 orang dengan persentase 9%. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar pelanggan pada maskapai penerbangan pesawat Lion Air di Kota Padang berusia >46 tahun.

**Tabel 4.4**  
**Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan**

No	Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
1	Pelajar	3	3
2	Pegawai Negeri	35	35
3	Pegawai Swasta	29	29
4	Wiraswasta	16	16
5	Mahasiswa	6	6
6	POLRI	6	6
7	TNI	5	5
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100</b>

*Sumber :Data Primer diolah 2019, Lampiran 3*

Berdasarkan Tabel 4.4 profil responden berdasarkan pekerjaan ditemukan responden paling banyak bekerja sebagai Pegawai Negeri sebanyak 35 orang dengan persentase 35%, sedangkan responden paling sedikit dengan bekerja sebagai pelajar sebanyak 3 orang dengan persentase 3%. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar pelanggan pada maskapai penerbangan pesawat Lion Air di Kota Padang merupakan Pegawai Negeri.

**Tabel 4.5**  
**Profil Responden Berdasarkan Pendapatan**

No	Pendapatan	Jumlah	Persentase (%)
1	< Rp 1.000.000	9	9
2	Rp 1.000.001- Rp 2.000.000	13	13
3	Rp 2.000.001- Rp 3.000.000	17	17
4	Rp 3.000.001- Rp 4000.000	23	23
5	> Rp 4.000.000	38	38
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100</b>

*Sumber :Data Primer diolah 2019, Lampiran 3*

Berdasarkan Tabel 4.5 dapat dilihat profil responden berdasarkan pendapatan, ditemukan responden paling banyak mempunyai pendapatan >Rp 4.000.000 dengan persentase 38%, sedangkan responden yang mempunyai pendapatan paling sedikit <Rp 1.000.000 dengan persentase 9%. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar pelanggan maskapai penerbangan pesawat Lion Air di Kota Padang yang mempunyai pendapatan >Rp 4.000.000 karena pelanggan maskapai penerbangan pesawat Lion Air sebagian besar adalah Pegawai Negeri.

**Tabel 4.6**  
**Profil Responden Berdasarkan Frekuensi pernah menggunakan**

No	Frekuensi Pernah Menggunakan	Jumlah	Persentase (%)
1	<2 kali	32	32
2	>2 kali	68	68
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100</b>

Sumber :Data Primer diolah 2019, Lampiran 3

Berdasarkan Tabel 4.6 profil responden berdasarkan frekuensi pernah menggunakan ditemukan responden paling banyak menggunakan sebagai pelanggan maskapai pesawat Lion Air > 2 kali dengan jumlah 68 orang dengan persentase 68%, sedangkan responden paling sedikit pernah menggunakan sebagai pelanggan maskapai pesawat Lion Air <2 kali dengan jumlah 32 orang dengan persentase 32%. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar pelanggan pada maskapai penerbangan pesawat Lion Air di Kota Padang menggunakan >2 kali.

### 4.3 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

#### 4.3.1 Uji Validitas

Untuk mengetahui apakah sebuah pertanyaan *valid* atau tidak *valid*, maka menggunakan *Confirmatory Factor Analysis (CFA)*. *CFA* berfungsi untuk menguji apakah suatu konstruk mempunyai unidimensionalitas atau apakah indikator-indikator pertanyaan yang digunakan dapat mengkonfirmasi sebuah konstruk atau variabel. Untuk pengujian *CFA*, *Kasier Mayer Olkin (KMO)* dan *Barlett's test of sphericity* untuk korelasi antar variabel yang diinginkan adalah diatas 0,5 dan tingkat signifikansi penelitian adalah dibawah 0,05, setelah syarat tersebut terpenuhi maka validnya item pertanyaan ditentukan uji *CFA* dengan standar nilai  $\geq 0,40$  Ghozali(2012).

**a. Pengujian Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)**

Berdasarkan uji validitas yang dilakukan, diperoleh deskripsi data mengenai uji validitas variabel kepuasan pelanggan seperti yang terlihat pada Tabel 4.7 Berikut ini :

**Tabel 4.7**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)**

No	Kode Item	KMO – MSA	Faktor Loading	Keterangan
1	Kepuasan Pelanggan 1	0,734	0,676	Valid
2	Kepuasan Pelanggan 2		0,775	Valid
3	Kepuasan Pelanggan 3		0,565	Valid
4	Kepuasan Pelanggan 4		0,582	Valid

Sumber :Data Primer diolah 2019, Lampiran 4

Berdasarkan Tabel 4.7, diperoleh nilai *Kaiser Meyer Measure Of Sampling Adequacy* (KMO-MSA) dari variabel kepuasan pelanggan sebesar 0,734 lebih besar dari 0,5 ini memberikan arti bahwa keseluruhan dari item-item pernyataan kepuasan pelanggan valid untuk diuji. Dari item KEP1, KEP2, KEP3, KEP4 pernyataan variabel kepuasan pelanggan dinyatakan valid karena memiliki *factor loading* lebih besar dari 0,50.

**b. Pengujian Validitas Variabel Kualitas pelayanan ( $X_1$ )**

Berdasarkan uji validitas yang dilakukan, diperoleh deskripsi data mengenai uji validitas variabel kualitas pelayanan seperti terlihat di Tabel 4.8 berikut ini :

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ )**

No	Kode Item	KMO – MSA	Faktor Loading	Keterangan
1	Kualitas Pelayanan 1	0,760	0,485	Tidak Valid
2	Kualitas Pelayanan 2		0,282	Tidak Valid
3	Kualitas Pelayanan 3		0,578	Valid
4	Kualitas Pelayanan 4		0,464	Tidak Valid
5	Kualitas Pelayanan 5		0,178	Tidak Valid
6	Kualitas Pelayanan 6		0,305	Tidak Valid
7	Kualitas Pelayanan 7		0,613	Valid
8	Kualitas Pelayanan 8		0,241	Tidak Valid
9	Kualitas Pelayanan 9		0,379	Tidak Valid
10	Kualitas Pelayanan 10		0,380	Tidak Valid
11	Kualitas Pelayanan 11		0,606	Valid
12	Kualitas Pelayanan 12		0,327	Tidak Valid
13	Kualitas Pelayanan 13		0,371	Tidak Valid
14	Kualitas Pelayanan 14		0,621	Valid
15	Kualitas Pelayanan 15		0,446	Tidak Valid
16	Kualitas Pelayanan 16		0,632	Valid
17	Kualitas Pelayanan 17		0,653	Valid
18	Kualitas Pelayanan 18		0,521	Valid
19	Kualitas Pelayanan 19		0,391	Tidak Valid
20	Kualitas Pelayanan 20		0,643	Valid
21	Kualitas Pelayanan 21		0,641	Valid
22	Kualitas Pelayanan 22		0,329	Tidak Valid
23	Kualitas Pelayanan 23		0,476	Tidak Valid
24	Kualitas Pelayanan 24		0,558	Valid
25	Kualitas Pelayanan 25		0,382	Tidak Valid
26	Kualitas Pelayanan 26		0,590	Valid
27	Kualitas Pelayanan 27		0,566	Valid
28	Kualitas Pelayanan 28		0,535	Valid
29	Kualitas Pelayanan 29		0,253	Tidak Valid

Sumber :Data Primer diolah 2019, Lampiran 4

Berdasarkan Tabel 4.8, diperoleh nilai *Kaiser Meyer Measure Of Sampling Adequacy* (KMO-MSA) dari variabel kualitas pelayanan sebesar 0,760 lebih besar

dari 0,5 ini memberikan arti bahwa ada item pernyataan KP1, KP2, KP4, KP5, KP6, KP8, KP9, KP10, KP12, KP13, KP15, KP19, KP22, KP23, KP25 dan KP29 tidak valid untuk diuji. Dari KP2, KP7, KP11, KP14, KP16, KP17, KP18, KP20, KP21, KP24, KP26, KP27 dan KP28 item pernyataan variabel kualitas pelayanan dinyatakan valid karena memiliki *factor loading* lebih besar dari 0,50. Selanjutnya item yang tidak valid dibuang dan dilanjutkan pengujian validitas tahap kedua.

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Validitas Tahap Kedua Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ )**

No	Kode Item	KMO – MSA	Faktor Loading	Keterangan
1	Kualitas Pelayanan 3	0,834	0,524	Valid
2	Kualitas Pelayanan 7		0,593	Valid
3	Kualitas Pelayanan 11		0,572	Valid
4	Kualitas Pelayanan 14		0,596	Valid
5	Kualitas Pelayanan 16		0,638	Valid
6	Kualitas Pelayanan 17		0,649	Valid
7	Kualitas Pelayanan 18		0,563	Valid
8	Kualitas Pelayanan 20		0,625	Valid
9	Kualitas Pelayanan 21		0,636	Valid
10	Kualitas Pelayanan 24		0,627	Valid
11	Kualitas Pelayanan 26		0,622	Valid
12	Kualitas Pelayanan 27		0,605	Valid
13	Kualitas Pelayanan 28		0,547	Valid

Sumber : Data Primer diolah 2019, Lampiran 4

Berdasarkan Tabel 4.9, diperoleh nilai *Kaiser Meyer Measure Of Sampling Adequacy* (KMO-MSA) dari variabel lokasi sebesar 0,834 lebih besar dari 0,5 ini memberikan arti bahwa item pernyataan kualitas pelayanan valid untuk diuji. Dari KP3, KP7, KP11, KP14, KP16, KP17, KP18, Kp20, KP21, KP24, KP26, KP27 dan

KP28 item pernyataan variabel kualitas pelayanan dinyatakan valid karena memiliki *factor loading* lebih besar dari 0,50.

### c. Pengujian Validitas Variabel Harga ( $X_2$ )

Berdasarkan uji validitas yang dilakukan, diperoleh deskripsi data mengenai uji validitas variabel harga seperti terlihat di Tabel 4.10 berikut ini:

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Harga ( $X_2$ )**

No	Kode Item	KMO – MSA	Faktor Loading	Keterangan
1	Harga 1	0,706	0,646	Valid
2	Harga 2		0,678	Valid
3	Harga 3		0,379	Tidak Valid
4	Harga 4		0,558	Valid

Sumber :Data Primer diolah 2019, Lampiran 4

Berdasarkan Tabel 4.10, diperoleh nilai *Kaiser Meyer Measure Of Sampling Adequacy* (KMO-MSA) dari variabel harga sebesar 0,706 lebih besar dari 0,5 ini memberikan arti bahwa ada item H3 pernyataan harga tidak valid untuk diuji. Dari item H1, H2 dan H4 pernyataan variabel harga dinyatakan valid karena memiliki *factor loading* lebih besar dari 0,50. Selanjutnya item H3 yang tidak valid dibuang dan dilanjutkan pengujian validitas tahap kedua.

### Pengujian Validitas Variabel Harga ( $X_2$ )

Berdasarkan uji validitas yang dilakukan, diperoleh deskripsi data mengenai uji validitas variabel harga seperti terlihat di Tabel 4.11 berikut ini:

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji Validitas Tahap kedua Variabel Harga ( $X_2$ )**

No	Kode Item	KMO – MSA	Faktor Loading	Keterangan
1	Harga1	0,656	0,668	Valid
2	Harga 2		0,643	Valid
3	Harga 4		0,571	Valid

Sumber :Data Primer diolah 2019, Lampiran 4

Berdasarkan Tabel 4.11, diperoleh nilai *Kaiser Meyer Measure Of Sampling Adequacy* (KMO-MSA) dari variabel harga sebesar 0,656 lebih besar dari 0,5 ini memberikan arti bahwa keseluruhan dari item-item pernyataan harga valid untuk diuji. Dari item H1, H2, dan H4 pernyataan variabel harga dinyatakan valid karena memiliki *factor loading* lebih besar dari 0,50.

**c. Pengujian Validitas Variabel Fasilitas ( $X_3$ )**

Berdasarkan uji validitas yang dilakukan, diperoleh deskripsi data mengenai uji validitas variabel fasilitas seperti terlihat di Tabel 4.12 berikut ini:

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Fasilitas ( $X_3$ )**

No	Kode Item	KMO – MSA	Faktor Loading	Keterangan
1	Fasilitas 1	0,647	0,069	Tidak Valid
2	Fasilitas 2		0,111	Tidak Valid
3	Fasilitas 3		0,551	Valid
4	Fasilitas 4		0,662	Valid
5	Fasilitas 5		0,635	Valid
6	Fasilitas 6		0,437	Tidak Valid

Sumber :Data Primer diolah 2019, Lampiran 4

Berdasarkan Tabel 4.12, diperoleh nilai *Kaiser Meyer Measure Of Sampling Adequacy* (KMO-MSA) dari variabel harga sebesar 0,647 lebih besar dari 0,5 ini

memberikan arti bahwa ada item F1, F2, dan F6 pernyataan harga tidak valid untuk diuji. Dari item F3, F4 dan F5 pernyataan variabel fasilitas dinyatakan valid karena memiliki *factor loading* lebih besar dari 0,50. Selanjutnya item F1, F2 dan F6 yang tidak valid dibuang dan dilanjutkan pengujian validitas tahap kedua.

### **Pengujian Validitas Variabel Fasilitas ( $X_3$ )**

Berdasarkan uji validitas yang dilakukan, diperoleh deskripsi data mengenai uji validitas variabel fasilitas seperti terlihat di Tabel 4.13 berikut ini:

**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji Validitas Tahap Kedua Variabel Fasilitas ( $X_3$ )**

No	Kode Item	KMO – MSA	Faktor Loading	Keterangan
1	Fasilitas 3	0,647	0,526	Valid
2	Fasilitas 4		0,709	Valid
3	Fasilitas 5		0,649	Valid

*Sumber :Data Primer diolah 2019, Lampiran 4*

Berdasarkan Tabel 4.13, diperoleh nilai *Kaiser Meyer Measure Of Sampling Adequacy* (KMO-MSA) dari variabel harga sebesar 0,647 lebih besar dari 0,5 ini memberikan arti bahwa item pernyataan harga valid untuk diuji. Dari item F3, F4 dan F5 pernyataan variabel fasilitas dinyatakan valid karena memiliki *factor loading* lebih besar dari 0,50.

#### **4.3.2 Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas merupakan uji yang menunjukkan sejauh mana pengukuran itu dapat memberikan hasil yang relatif tidak beda dilakukan pengulangan pengukuran terhadap subyek yang sama. Uji ini hanya dapat dilakukan pada pernyataan-pernyataan yang valid saja. Untuk mengetahui reliabilitas masing-masing variabel

penelitian digunakan nilai *cronbach's alpha* minimal 0,60 Sugiyono(2012). Untuk mengetahui uji reliabilitas dapat dilihat pada Tabel 4.14 Berikut ini :

**Tabel 4.14**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

<b>Variabel</b>	<b>Cronbach's Alpha</b>	<b>Cut off</b>	<b>Keterangan</b>
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,739	0,60	<i>Reliable</i>
Kualitas Pelayanan ( $X_1$ )	0,877	0,60	<i>Reliable</i>
Harga ( $X_2$ )	0,645	0,60	<i>Reliable</i>
Fasilitas ( $X_3$ )	0,658	0,60	<i>Reliable</i>

Sumber : Data Primer diolah 2019, Lampiran 4

Berdasarkan Tabel 4.14, merupakan hasil uji reliabilitas dapat dilihat bahwa nilai *Cronbach's Alpha* untuk semua variabel penelitian memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60 Sugiyono (2012), sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel dalam penelitian yaitu kepuasan pelanggan, harga dan fasilitas adalah reliabel atau handal. Dengan kata lain semua instrument pernyataan yang digunakan memiliki kestabilan dan konsistensi dalam mengukur masing-masing variabel penelitian, sehingga semua variabel yang digunakan dalam penelitian dapat terus digunakan kedalam tahapan pengolahan data selanjutnya.

#### **4.4 Deskripsi Variabel Penelitian**

Penelitian deskripsi variabel diukur dengan menggunakan distribusi frekuensi jawaban responden pada setiap item pernyataan dengan melalui perhitungan tingkat capaian responden (TCR).

**a. Distribusi Frekuensi Kepuasan Pelanggan**

Berdasarkan data yang diperoleh dari Pelanggan pesawat Lion Air di Kota Padang, diperoleh deskripsi data mengenai kepuasan Pelanggan secara umum seperti yang terlihat pada Tabel 4.15 berikut ini:

**Tabel 4.15**  
**Distribusi Frekuensi Variabel Kepuasan Pelanggan**

Item Indikator	Jawaban Responden										N	Mean	TCR (%)	KET
	STP		TP		P		SP		SPS					
	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%				
Kepuasan pelanggan 1	1	1.0	22	22.0	38	38.0	29	29.0	10	10.0	100	3.25	65	Puas
Kepuasan pelanggan 2	5	5.0	29	29.0	40	40.0	26	26.0	0	0.0	100	2.87	57.4	Tidak Puas
Kepuasan pelanggan 3	7	7.0	26	26.0	36	36.0	31	31.0	0	0.0	100	2.91	58.2	Tidak Puas
Kepuasan pelanggan 4	2	2.0	25	25.0	32	32.0	30	30.0	11	11.0	100	3.23	64,6	Tidak Puas
Rerata												3,06	61.2	Tidak Puas

Sumber: Data Primer diolah 2019, Lampiran 5

Berdasarkan Tabel 4.15, di atas terlihat bahwa skor rata-rata untuk variabel kepuasan pelanggan adalah sebesar 3.06 dengan tingkat capaian responden sebesar 61.2%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kepuasan pelanggan masuk ke dalam kategori tidak puas. Dengan demikian dapat artikan bahwa pelanggan pesawat Lion Air Tidak Puas.

**b. Distribusi Frekuensi Kualitas Pelayanan**

Berdasarkan data yang diperoleh dari Pelanggan pesawat Lion Air di Kota Padang, diperoleh deskripsi data mengenai kualitas pelayanan secara umum seperti yang terlihat pada Tabel 4.16 berikut ini:

**Tabel 4.16**  
**Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Pelayanan**

Item Indikator	Jawaban Responden										N	Mean	TCR (%)	KET
	STP		TP		P		SP		SPS					
	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%				
Kualitas pelayanan 3	0	0.0	0	0.0	13	13.0	41	41.0	47	47.0	100	4.35	87	Baik
Kualitas pelayanan 7	0	0.0	0	0.0	16	16.0	31	31.0	53	53.0	100	4.37	87.4	Baik
Kualitas pelayanan 11	0	0.0	1	1.0	22	22.0	43	43.0	34	34.0	100	4.10	82	Baik
Kualitas pelayanan 14	0	0.0	4	4.0	13	13.0	57	57.0	26	26.0	100	4.05	81	Baik
Kualitas pelayanan 16	0	0.0	1	1.0	31	31.0	33	33.0	35	35.0	100	4.02	80.4	Baik
Kualitas pelayanan 17	0	0.0	1	1.0	17	17.0	46	46.0	36	36.0	100	4.17	83.4	Baik
Kualitas pelayanan 18	0	0.0	0	0.0	6	6.0	48	48.0	46	46.0	100	4.40	88	Baik
Kualitas pelayanan 20	0	0.0	0	0.0	9	9.0	38	38.0	53	53.0	100	4.44	88.8	Baik
Kualitas pelayanan 21	0	0.0	0	0.0	1	1.0	54	54.0	45	45.0	100	4.44	88.8	Baik
Kualitas pelayanan 24	0	0.0	2	2.0	6	6.0	37	37.0	55	55.0	100	4.45	89	Baik
Kualitas pelayanan 26	0	0.0	0	0.0	11	11.0	41	41.0	48	48.0	100	4.37	87.4	Baik
Kualitas pelayanan 27	0	0.0	1	1.0	4	4.0	46	46.0	49	49.0	100	4.43	88.6	Baik
Kualitas pelayanan 28	0	0.0	1	1.0	11	11.0	60	60.0	28	28.0	100	4.15	83	Baik
Rerata												4.28	85.6	Baik

Sumber: Data Primer diolah 2019, Lampiran 5

Berdasarkan Tabel 4.16, di atas terlihat bahwa skor rata-rata untuk variabel harga adalah sebesar 4.28 dengan tingkat capaian responden sebesar 85.6%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan masuk ke dalam kategori baik. Dengan demikian dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan di maskapai pesawat Lion Air memiliki pelayanan yang baik.

### c. Distribusi Frekuensi Harga

Berdasarkan data yang diperoleh dari Pelanggan pesawat Lion Air di Kota Padang, diperoleh deskripsi data mengenai harga secara umum seperti yang terlihat pada Tabel 4.17 berikut ini :

**Tabel 4.17**  
**Distribusi Frekuensi Variabel Harga**

Item Indikator	Jawaban Responden										N	Mean	TCR (%)	KET
	STP		TP		P		SP		SPS					
	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%				
Harga 1	0	0.0	1	1.0	10	10.0	62	62.0	27	27.0	100	4.15	83	Baik
Harga 2	0	0.0	4	4.0	15	15.0	57	57.0	24	24.0	100	4.01	80.2	Baik
Harga 4	0	0.0	2	2.0	33	33.0	28	28.0	37	37.0	100	4.00	80	Baik
Rerata												4.05	81	Baik

Sumber: Data Primer diolah 2019, Lampiran 5

Berdasarkan Tabel 4.17, di atas terlihat bahwa skor rata-rata untuk variabel fasilitas adalah sebesar 4.05 dengan tingkat capaian responden sebesar 81%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel fasilitas masuk ke dalam kategori baik. Dengan demikian dapat diartikan bahwa harga yang di tawarkan maskapai pesawat Lion Air memang terjangkau bagi pelanggan.

### d. Distribusi Frekuensi Fasilitas

Berdasarkan data yang diperoleh dari Pelanggan pesawat Lion Air di Kota Padang, diperoleh deskripsi data mengenai fasilitas secara umum seperti yang terlihat pada Tabel 4.18 berikut ini :

**Tabel 4.18**  
**Distribusi Frekuensi Variabel Fasilitas**

Item Indikator	Jawaban Responden										N	Mean	TCR (%)	KET
	STP		TP		P		SP		SPS					
	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%				
Fasilitas 3	6	6.0	16	16.0	33	33.0	28	28.0	27	27.0	100	3.34	66.8	Cukup Baik
Fasilitas 4	12	12.0	12	14.0	39	39.0	31	31.0	6	6.0	100	3.07	61.4	Tidak Baik
Fasilitas 5	11	11.0	12	12.0	33	33.0	32	32.0	12	12.0	100	3.22	64.4	Tidak Baik
Rerata												3.21	64.2	Tidak Baik

Sumber: Data Primer diolah 2019, Lampiran 5

Berdasarkan Tabel 4.18, di atas terlihat bahwa skor rata-rata untuk variabel fasilitas adalah sebesar 3.21 dengan tingkat capaian responden sebesar 64.2%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel fasilitas masuk ke dalam kategori tidak baik. Dengan demikian dapat diartikan bahwa fasilitas yang di tawarkan maskapai pesawat Lion Air masih belum memadai atau belum baik.

#### 4.5 Uji Asumsi Klasik

##### 4.5.1 Uji Normalitas

Untuk melakukan uji normalitas digunakan Uji *Kolmogorov Smirnov* (KS) dimana apabila nilai signifikan variabel penelitian lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel pengganggu atau residual terdistribusi secara normal Ghozali(2007). Hasil uji normalitas dengan menggunakan *Kolmogorov Smirnov* (KS) dapat dilihat pada Tabel 4.19 berikut :

**Tabel 4.19**  
**Rangkuman Uji Normalitas Variabel Penelitian**

No	Variabel	Signifika n	Keterangan
1	Kepuasan Pelanggan (Y)	0,767	Residual terdistribusi Normal
2	Kualitas pelayanan (X <sub>1</sub> )	0,384	Residual terdistribusi Normal
3	Harga (X <sub>2</sub> )	0,031	Residual terdistribusi Tidak Normal
	Fasilitas (X <sub>3</sub> )	0,067	Residual terdistribusi Normal

*Sumber : Data Primer diolah 2019, Lampiran 6*

Berdasarkan hasil uji normalitas diatas, dapat dilihat bahwa ada 1 variabel tersebut tidak normal yaitu variabel harga memiliki nilai signifikan lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan untuk variabel yang tidak normal harus dinormalkan terlebih dahulu.

**Tabel 4.20**  
**Hasil Uji Normalitas Setelah Data Dinormalkan**

<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	Keterangan
0,992	Normal

*Sumber : Data Primer diolah 2019, Lampiran 6*

Dari Tabel diatas variabel tersebut di normalkan kembali yaitu : variabel harga. dapat dikatakan memiliki nilai signifikan lebih besar dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel pengganggu atau residual dalam setiap variabel terdistribusi secara normal.

#### **4.5.2 Uji Multikolonieritas**

Uji multikoleniaritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi yang tinggi antara sesama variabel bebas. Cara menentukan ada

atau tidaknya multikoloniaritas di dalam model regresi digunakan nilai *variance inflation factor* (VIF). Nilai *cut-off* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikoloniaritas adalah nilai tolerance lebih kecil dari 0,10 atau nilai VIF lebih besar dari 10 Ghozali(2007). Adapun hasil uji multikoloniaritas data hasil penelitian dapat dilihat pada Tabel 4.21 berikut:

**Tabel 4.21**  
**Hasil Uji Multikolonieritas**

<b>Variabel bebas</b>	<b>Tolerance</b>	<b>VIF</b>	<b>Keterangan</b>
Kualitas Pelayanan (X1)	0,965	1,036	Tidak Multikolonieritas
Harga (X2)	0,956	1,046	Tidak Multikolonieritas
Fasilitas (X3)	0,990	1,010	Tidak Multikolonieritas

*Sumber :Data Primer diolah 2019, Lampiran 6*

Berdasarkan Tabel 4.21 diatas, variabel bebas dari penelitian ini dinyatakan bebas dari multikolonieritas. Hal ini terbukti dengan didapatkannya nilai *tolerance* untuk semua variabel bebas lebih kecil dari 0,10. Begitu juga dengan nilai VIF (*variance inflation factor*), tidak satupun dari variabel bebas memiliki nilai VIF diatas 10.

#### **4.5.3 Uji Heteroskedastisitas**

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual suatu persamaan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual dari suatu pengamatan laintetap, maka disebut homokedastisitas dan jika varians berbeda maka disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadinya heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat

dilakukan dengan menggunakan Uji Glejser. Uji Glejser ini dilakukan dengan cara *meregres* variabel bebas terhadap nilai residualnya yang telah *unstandardized*. Bila nilai signifikannya lebih besar dari 0,05 maka berarti tidak terdapat gejala heteroskedastisitas Ghozali(2011). Adapun hasil uji Glejser data hasil penelitian dapat dilihat pada Tabel 4.22 berikut ini:

**Tabel 4.22**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Variabel	Nilai Signifikan	Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0.864	0.05	Tidak Heteroskedastisitas
harga (X2)	0.582	0.05	Tidak Heteroskedastisitas
Fasilitas (X3)	0.179	0.05	Tidak Heteroskedastisitas

*Sumber: Data Primer diolah 2019, Lampiran 6*

Berdasarkan Tabel 4.22 yang merupakan hasil analisis gejala heteroskedastisitas ditunjukkan koefisien regresi dari masing-masing variabel bebas terdapat nilai absolut residual. Jika nilai probabilitas lebih besar dari nilai *Alpha* atau ( $\text{Sig} > 0,05$ ), maka dipastikan hasil uji tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Berdasarkan data diatas didapat nilai signifikan variabel kualitas pelayanan  $0,864 > 0,05$  maka dapat dikatakan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Dan untuk variabel harga nilai signifikannya  $0.582 > 0,05$  maka dapat dikatakan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Sedangkan untuk variabel fasilitas nilai signifikannya  $0.179 > 0,05$  maka dapat dikatakan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Sehingga ketiga variabel bebas memenuhi persyaratan asumsi klasik tentang heteroskedastisitas dan dapat digunakan kedalam tahapan pengolahan data selanjutnya.

#### 4.6 Pembahasan Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Linier digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat yaitu antara lokasi (X1) dan fasilitas (X2) terhadap variabel kepuasan pengunjung (Y). Perhitungan analisa regresi yang digunakan pada penelitian ini menggunakan persamaan regresi linier berganda Ghozali (2012).

Dari hasil pengolahan data yang telah dilakukan diperoleh ringkasan hasil pengujian seperti yang terlihat pada Tabel 4.23 dibawah ini :

**Tabel 4.23**  
**Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

Variabel Terikat	Variabel Bebas	Koefisien Regresi	Signifikansi	A	Keterangan	Keputusan Hipotesis
Kepuasan Pelanggan (Y)	Konstanta	10,059	-	-	-	
	Kualitas Pelayanan (X1)	0,016	0,709	0,05	Tidak Signifikan	Ditolak
	Harga (X2)	0,136	0,439	0,05	Tidak Signifikan	Ditolak
	Fasilitas (X3)	-0,321	0,006	0,05	Signifikan	Diterima
F Hitung		2,720	0,049			
R Square			0,50			

Sumber: Data Primer diolah 2019, Lampiran 7

Dari hasil analisis data untuk mengetahui pengaruh lokasi dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan maskapai penerbangan pesawat Lion Air di Kota Padang, diperoleh nilai koefisien regresi linier berganda dan interpretasi sebagai berikut :

$$Y = 10,059 + 0,016 X_1 + 0,136 X_2 - 0,321 X_3$$

Dari persamaan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa :

- a. Konstanta sebesar 10,059 yang menyatakan bahwa jika tidak ada variabel pengaruh kualitas pelayanan, harga dan fasilitas terhadap kepuasan

- pelanggan maskapai penerbangan pesawat Lion Air di Kota Padang sebesar 10,059.
- b. Nilai koefisien regresi kualitas pelayanan berpengaruh positif sebesar 0,016. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin baik kualitas pelayanan pesawat Lion Air maka semakin meningkat kepuasan pelanggan maskapai penerbangan pesawat Lion Air di Kota Padang.
  - c. Nilai koefisien regresi harga berpengaruh positif sebesar 0,136. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin strategis penetapan harga tiket pesawat Lion Air maka semakin meningkat kepuasan pelanggan maskapai penerbangan pesawat Lion Air di Kota Padang.
  - d. Koefisien regresi variabel fasilitas berpengaruh negatif sebesar -0,321 yang menyatakan bahwa sarana prasarana tidak mempengaruhi kepuasan pelanggan pesawat Lion Air di Kota Padang.

#### **4.7 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Uji ini dilakukan untuk melihat berapa proporsi dari variabel independent bisa menjelaskan variabel dependent (Ghozali, 2012). Berdasarkan proses estimasi data yang telah dilakukan maka diperoleh ringkasan hasil pengujian seperti yang terlihat pada Tabel 4.23, maka dapat dijelaskan dari pengolahan data primer yang dilakukan dapat dilihat pada lampiran 7 pada tabel *Model Summary* diperoleh hasil penelitian Adjusted R Square sebesar 0.050 ini berarti 5% dari kepuasan pelanggan pesawat Lion Air dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan, harga dan fasilitas sedangkan sisanya 95% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

#### **4.8 Uji Kelayakan Model ( $F_{test}$ )**

Uji F adalah bagian uji statistik yang digunakan untuk membuktikan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara serentak. Dari proses pengolahan data yang telah dilakukan diperoleh ringkasan hasil seperti yang terlihat pada Tabel 4.13 maka dapat di jelaskan dari pengolahan data primer yang dilakukan dapat dilihat pada lampiran 7 pada tabel ANOVA diperoleh hasil penelitian bahwa nilai uji kelayakan model (uji statistik F) menghasilkan tingkat signifikansi 0,049 karena probabilitas signifikannya jauh lebih kecil dari nilai signifikan 0.05, dengan demikian variabel kualitas pelayanan, harga dan fasilitas secara bersama-sama memiliki kelayakan model dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan maskapai penerbangan Lion Air di Kota Padang.

#### **4.9 Uji T-tes Statistik**

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Dalam pengujian hipotesis, diasumsikan bahwa tingkat signifikan hipotesis alternatif yang diterima adalah kurang dari 0,05. Dari hasil olahan data yang dilakukan dapat dilihat pada Tabel 4.23 dengan melihat tabel tersebut, maka akan diketahui pengaruh setiap variabel bebas terhadap variabel terikat sebagai berikut:

1. Berdasarkan pengujian hipotesis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan memiliki nilai signifikansi sebesar 0.709, nilai signifikansi tersebut besar dari alpha 0,05. Hal ini dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan maskapai Lion Air. Hipotesis pertama dalam penelitian ini yaitu “kualitas pelayanan berpengaruh

positif terhadap kepuasan pelanggan pada maskapai penerbangan Lion Air di Kota Padang” ditolak.

2. Berdasarkan pengujian hipotesis harga terhadap kepuasan pelanggan memiliki nilai signifikansi sebesar 0.439, nilai signifikansi tersebut besar dari alpha 0,05. Hal ini dapat diartikan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan maskapai Lion Air di Kota Padang. Hipotesis kedua dalam penelitian ini yaitu “harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan maskapai Lion Air di Kota Padang” ditolak.
3. Berdasarkan pengujian hipotesis fasilitas terhadap kepuasan pelanggan memiliki nilai signifikansi sebesar 0.006, nilai signifikansi tersebut kecil dari alpha 0,05. Hal ini dapat diartikan bahwa fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan maskapai Lion Air di Kota Padang. Hipotesis ketiga dalam penelitian ini yaitu “fasilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan maskapai Lion Air di Kota Padang” diterima.

#### **4.10 Pembahasan**

##### **4.10.1 Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada maskapai Lion Air di Kota Padang**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada maskapai Lion Air di Kota Padang. Hal ini menjelaskan bahwa kualitas pelayanan yang dipersepsikan oleh pelanggan Lion Air di Kota Padang tidak memperbaiki kepuasan pelanggan. Hal ini diduga karena kualitas pelayanan pesawat Lion Air yang masih kurang bagus. Penelitian ini sejalan dengan penelitian

terdahulu yang dilakukan oleh Kristanto (2015) menemukan bahwa variabel kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada *cafe One Eighteen Coffe*. Hasil penelitian ini berbanding terbalik dengan penelitian Wahab dan Widiyanti (2014), Muhammad (2015), dan sadiqin & saraswati (2018) menemukan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

#### **4.10.2 Pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada maskapai Lion Air di Kota Padang**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis kedua dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada maskapai Lion Air di Kota Padang. Hal ini menjelaskan bahwa harga yang strategis belum tentu menjadi salah satu pertimbangan pelanggan menjadi merasa puas terhadap maskapai Lion Air di Kota Padang. Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Setyo Edwin Purnomo (2017) menemukan bahwa variabel harga secara persial tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen di *Best Autoworks*. Hasil penelitian ini berbanding terbalik dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ofela dan Agustin (2016), Tanggul, et al (2018) dan Maulana Syarif Ade (2016) menemukan bahwa variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

#### **4.10.3 Pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada maskapai Lion Air di Kota Padang**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis ketiga dapat disimpulkan bahwa fasilitas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada

maskapai Lion Air di Kota Padang. Hal ini menjelaskan bahwa fasilitas yang di persepsikan oleh pelanggan belum memperbaiki kepuasan pelanggan pesawat Lion Air di Kota Padang. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Apriyadi Dede (2017), dan Harahap Sari Dianan (2015), menemukan bahwa variabel fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.