
Pengaruh Harga Tiket Dan Kualitas Pelayanan Cabin Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Jasa Maskapai Garuda Indonesia Di Bandar Udara Adi Soemarmo

Siti Nurlela¹, Fryda Fatmayati²

^{1,2}D4 Manajemen Transportasi Udara, Sekolah Tinggi Teknologi Kedirgantaraan,
Yogyakarta, Indonesia

Email: ¹siti.nurlela@sttkd.ac.id, ²fryda.fatmayati@sttkd.ac.id

Abstract

This study aims to determine whether there is an effect of ticket prices and cabin service quality on the purchasing decisions of Garuda Indonesia Airline Service Users at Adi Soemarmo International Airport. This research technique uses quantitative methods. Data was collected using a questionnaire with a sample size of 100 respondents. The data analysis technique used descriptive analysis, the instrument test was validity and reliability test, hypothesis test used simple linear regression analysis, t test, f test, and the coefficient of determination which was processed using SPSS.20. In this study the results obtained that ticket prices and service quality have a positive and significant effect simultaneously on purchasing decisions with an F-count value of 34.779 > T-table 1.996 with a significance of 0.000 > 0.05. The coefficient of determination is 41.8% that purchasing decisions are influenced by ticket prices and service quality, while the remaining 58.2% is influenced by other variables. results Based on the research above, the ticket price offered must be in accordance with the quality of service in order to influence customer purchasing decisions.

Keywords: Ticket Prices, Service Quality, Purchase Decision

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh harga tiket dan kualitas pelayanan cabin terhadap keputusan pembelian Pengguna Jasa Maskapai Garuda Indonesia di Bandar Udara International Adi Soemarmo. Teknik penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuisioner dengan jumlah sampel 100 responden. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif, uji instrumen yaitu uji validitas dan uji reliabilitas, uji hipotesis menggunakan analisis regresi linier sederhana, uji t, uji f, dan koefisien determinasi yang diolah menggunakan SPSS.20. Dalam penelitian ini menunjukkan hasil bahwa harga tiket dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian dengan nilai F-hitung sebesar 34.779 > T- tabel 1.996 dengan signifikansi 0.000 > 0,05. Nilai koefisien determinasi 41,8 % bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh harga tiket dan kualitas pelayanan sedangkan sisanya 58,2% dipengaruhi oleh variabel lain. Berdasarkan hasil penelitian diatas, harga tiket yang ditawarkan harus sesuai dengan kualitas pelayanan guna mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan.

Kata Kunci: Harga Tiket, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian.

1. PENDAHULUAN

Setiap hari pola alur kehidupan manusia semakin pesat baik dalam teknologi maupun dalam hal informasi. Manusia dalam hal memenuhi kebutuhan hidupnya semakin efektif serta efisien begitupun dengan memilih jasa penerbangan. Saat ini, sudah banyak kompetitor di bidang jasa penerbangan yang bersaing untuk memenuhi kebutuhan dan permintaan konsumen. Akibatnya perang harga diantara maskapai – maskapai penerbangan nampaknya menjadi strategi untuk menarik pelanggan. Harga memiliki peran yang sangat penting dalam mempengaruhi opini konsumen dalam membeli suatu produk. Selain harga, kualitas layanan perlu dipertimbangkan karena dapat meningkatkan penjualan dalam suatu bisnis.

Maskapai Garuda Indonesia merupakan salah satu maskapai kebanggaan bangsa. Garuda Indonesia memberikan layanan penerbangan full service melalui konsep “Garuda Indonesia Experience”. Sepanjang tahun 2020, Garuda Indonesia telah menerima beberapa penghargaan global atas kualitas layanannya, antara lain kinerja bintang 5 oleh OAG Flightview di Inggris. “Best Airline in Indonesia” sepanjang 4 periode dari tahun 2017 hingga 2020. Meskipun mutu pelayanan Maskapai Garuda Indonesia telah amat bagus, namun masih perlu melakukan evaluasi dan pengembangan, perihal ini sejalan dengan terdapatnya penumpang yang terus mengajukan keluhan terhadap Maskapai Garuda Indonesia. Berdasarkan informasi yang diperoleh dari media online tempo.co pada tahun 2021 seorang traveler kawakan bernama Trinity, yang melakukan penerbangan pada tanggal 03 Desember 2021 dari Jakarta menuju Osaka. Penumpang tersebut komplain dengan menu makanan yang dipesan karena tidak sesuai dengan harapannya, baik dari citra rasa masakannya hingga tampilan sajian makanan. Selain itu, keluhan yang lainnya dilayangkan oleh Politikus Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan bernama Adian Napitupulu. Penumpang tersebut mengkritik pelayanan awak cabin Maskapai Garuda Indonesia ketika dirinya jatuh pingsan di dalam pesawat. Menurut Andian, awak cabin Maskapai Garuda Indonesia yang tidak responsif dalam memberikan pelayanan kepada penumpang dalam kondisi darurat.

Berdasarkan permasalahan yang sudah dijelaskan pada latar belakang diatas , alhasil penulis berminat guna mengamati “PENGARUH HARGA TIKET DAN KUALITAS PELAYANAN CABIN TERDAHAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PENGGUNA JASA MASKAPAI GARUDA INDONESIA DI BANDAR UDARA INTERNATIONAL ADI SOEMARMO”. Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui adapakah ada pengaruh harga dan kualitas terhadap keputusan pembelian.

2. KAJIAN TEORI

1. Harga

Pendapat Tjiptono (2016) mengklaim bahwa bauran pemasaran yang meliputi harga, dapat menghasilkan pendapatan bagi suatu perusahaan. Indikator harga menurut Kotler dan Armstrong dalam Riyono (2016) antara lain : keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, kesesuaian harga dengan manfaat produksi, harga yang dipengaruhi daya beli konsumen.

2. Kualitas pelayanan

Kualitas produk, layanan, dan proses adalah keadaan dinamis dimana mereka memenuhi dan melampaui harapan pelanggan. (Tjiptono dan Candra, 2016). Menurut Lupiyoadi dalam Ramli (2011) menjelaskan 5 dimensi mutu layanan, ialah : bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan perusahaan, empati.

3. Keputusan pembelian

Proses keputusan pembelian bisa diambil konsumen setelah melalui 5 tahapan yaitu merk, dealer, kuantitas, waktu serta metode yang dilakukan, hal ini menurut kotler dan kaller dalam (muangsal, 2019).

3. METODE PENELITIAN

1. Populasi

Populasi dalam riset ini yaitu seluruh penumpang Maskapai Garuda Indonesia di Bandar Udara Adi Soemarmo.

2. Sampel

Pada riset ini, jumlah sampel diketahui sekitar 100 responden dengan pemilihan anggota sampel kepada penumpang yang sudah pernah melakukan penerbangan menggunakan Garuda Indonesia minimal 1 kali rute solo-jakarta.

3. Teknik Pengumpulan Data

Pendekatan kuantitatif di pakai dalam riset ini, Teknik pengambilan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuisioner pertanyaan kepada penumpang Garuda Indonesia.

4. Teknik analisis data

Metode analisis data dalam riset ini yaitu analisis deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji parsial (uji t), uji simultan (uji F), uji regresi linier berganda dan uji koefisien determinasi.

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Analisis deskriptif

Pada penelitian ini gambaran responden di kelompokkan berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan. Responden berdasarkan jenis kelamin sebagian besar adalah perempuan dengan skor nilai 51 orang dan responden laki-laki sebanyak 49.

Tabel 1. Hasil Uji Analisis Deskriptive berdasarkan Usia

No	Usia	Frequency	Percent
1	17-20 Tahun	4	4 %
2	21-25 Tahun	58	58%
3	26-30 Tahun	23	23%
4	➤ 30 Tahun	15	15 %
	Total	100	100

Berdasarkan Tabel 1 terdapat 4 responden berusia 17-20, 58 responden berusia 21-25, 23 responden berusia 26-30, dan 15 responden berusia diatas 30 tahun. Maka jumlah responden berlandaskan usia didominasi oleh responden berumur 21-25 tahun.

Tabel 2. Hasil Uji Analisis Deskriptive berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Frequency	Percent
1	PNS	10	10%
2	Pegawai Swasta	57	57%
3	Mahasiswa/Pelajar	13	13 %
4	TNI/ POLRI	20	20 %
	Total	100	100

Sesuai dengan Tabel 2 diatas, bisa diperoleh total responden berdasarkan

pekerjaan PNS sebanyak 10 responden, pegawai swasta sebanyak 57 responden, mahasiswa/pelajar sebanyak 13 responden, TNI/POLRI sebanyak 20 orang. Maka jumlah responden berdasarkan pekerjaan di dominasi oleh pegawai swasta sebanyak 57.

2. Uji instrumen penelitian

a. Uji Validitas

Hasil pengujian masing-masing variabel pertanyaan menghasilkan nilai lebih besar dari t-tabel 0,196 yang berarti semua item pertanyaan dalam riset ini bersifat valid.

b. Uji Reliabilitas

Hasil pengujian realibilitas menunjukkan reliabel karena instrumen pertanyaan dalam penelitian mempunyai nilai *Cronbach's Alpha* 0,880 > 0,6.

3. Hasil Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 3. Hasil Analisi Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig
(Constant)	511	1.426	.	.358	.721
Harga tiket	291	.065	.377	4.472	.000
Kualitas pelayanan	122	.026	.397	4.702	.000

Sumber: Diolah oleh penulis (2021)

Sesuai Tabel 3 diatas, maka dapat diketahui sebagai berikut: Koefisien regresi harga tiket sekitar 0,291 dan kualitas pelayanan 0,122 berarti bahwa apabila variabel terjadi peningkatan harga dan kualitas pelayanan sebesar 1 satuan , maka hal tersebut akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

b. Hasil Uji t (Parsial)

Hasil uji t menunjukkan bahwa pengaruh harga tiket terhadap keputusan pembelian dengan nilai T- hitung 4.472 > T-tabel 1.966 signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 yang menunjukkan bahwa variabel harga tiket berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, maka H1 diterima. Sedangkan dampak kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian dengan nilai T- hitung 4.407 > T- tabel 1.966 signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 yang menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, maka H2 diterima.

c. Hasil Uji F (Simultan)

Tabel 4. Hasil Analisi Regresi Linier Berganda

Model	Sum	of	df	Mean	F	Sig
-------	-----	----	----	------	---	-----

		Square		Square		
1	Regression	153.730	2	76.865	34.779	.000
2	Residual	214.380	97	2.210		
3	Total	368.10	99			

Sesuai dengan Tabel 4 diperoleh kalau nilai F-hitung sekitar $34.779 > T$ - tabel 1.996 dengan nilai signifikasi sebesar $0,000 < 0,05$. Alhasil bisa disimpulkan bahwa variabel- variabel bebas yaitu harga tiket dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara simultan pada variabel terikat yaitu keputusan pembelian.

d. Koefisien Determinasi

Tabel 5 Hasil Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Std. Error of the Estimate	Std. Error of the Estimate
1	.646 ^a	.418	.406	1.487

Sesuai dengan Tabel 5 diketahui hasil R square 41,8 %. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel keputusan pembelian bisa di deskripsikan berdasarkan variabel harga tiket dan kualitas layanan. Sedangkan variabel lain yang mempengaruhi keputusan pembelian bisa di deskripsikan oleh variabel-variabel yang tidak dikaji pada riset ini yaitu sebanyak 58,2 %.

e. Pembahasan

1. Pengaruh harga tiket terhadap keputusan pembelian
Sesuai dengan hasil pengujian uji t (Uji Parsial) bisa didapat kalau pengaruh harga tiket terhadap keputusan pembelian bernilai T-hitung $4,472 > T$ - tabel 1,966 dengan signifikasi sebesar $0.000 < 0,05$ yang menyatakan kalau harga tiket berdampak positif dan signifikan pada keputusan pembelian pengguna jasa Maskapai Garuda Indonesia, sampai bisa dirumuskan kesimpulan apabila harga tiket naik akan mempengaruhi keputusan penumpang untuk membeli tiket Maskapai Garuda.
2. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian
Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian berdasarkan signifikasi T- hitung $4,407 > T$ -tabel 1,966 dan signifikansi $0,000 < 0,05$, dengan kata lain keputusan pembelian pelanggan dipengaruhi oleh tingkat pelayanan yang pengguna terima.
3. Pengaruh harga tiket dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian
Berlandaskan hasil pengujian simultan dapat diketahui kalau dampak harga tiket dan kualitas pelayanan pada keputusan pembelian bernilai F- hitung sebesar $34.779 > T$ -tabel 1,966 signifikasi sebesar $0.000 > 0,05$ yang menyetakan kalau harga tiket dan kualitas pelayanan berdampak positif dan signifikan pada keputusan pembelian pengguna jasa Maskapai Garuda Indonesia. Harga tiket Garuda Indonesia yang dipatok cukup tinggi sangat berbanding lurus dengan

kualitas pelayanan, sehingga hal tersebut menjadi tolak ukur dalam melakukan keputusan pembelian.

5. PENUTUP

1. Kesimpulan

- Hasil pengujian secara parsial dapat diketahui bahwa harga tiket berdampak positif dan signifikan pada keputusan pembelian dengan nilai T-hitung $4,472 > T\text{-tabel } 1,996$ signifikansi $0,000 < 0,05$ berarti H1 diterima.
- Kualitas pelayanan berdampak positif dan signifikan pada keputusan pembelian, menurut hasil uji parsial dengan nilai T-hitung $4,407 > 1,996$ signifikansi $0,000 < 0,05$ berarti H2 diterima.
- Hasil pengujian secara simultan dapat diketahui bahwa harga tiket dan kualitas pelayanan berdampak positif dan signifikan secara simultan pada keputusan pembelian dengan nilai F- hitung sebesar $34,77 > T\text{-tabel } 1,996$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$.

2. Saran

- Sesuai dengan pengujian hipotesis, maka bisa didapat bahwa variabel harga dan kualitas pelayanan berdampak pada keputusan pembelian. Jadi Maskapai Garuda Indonesia perlu mempertimbangkan faktor harga tiket serta terus meningkatkan kualitas pelayanan agar dapat meningkatkan keputusan pembelian untuk menggunakan Jasa Maskapai Garuda Indonesia.
- Untuk riset selanjutnya, diharapkan bisa mencari faktor variabel lain yang belum dibahas pada riset ini yang berdampak pada keputusan pembelian serta teknik riset yang dipakai seperti melakukan wawancara terhadap responden guna mengembangkan penelitian selanjutnya.

6. DAFTAR RUJUKAN

- Fandy, Tjiptono & Gregorius, Chandra. 2016. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Muangsal. (2019). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*, 5(2), 25-39. <https://doi.org/10.38204/atrabis.v5i2.247>
- Riyono. & Budiharja, G.E. 2016. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua Di Kota Pati. *Jurnal STIE Semarang*. 8 (2), 93-121. <https://media.neliti.com/media/publications/133954-ID-pengaruh-kualitas-produk-harga-promosi-d.pdf>
- Ramli, S & Hasbullah. 2021. Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pemohon Perizinan Pada Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (Dpmpst) Kabupaten Mamuju. *Forum Ekonomi*. 23 (1), 77-85. <https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/FORUMEKONOMI/article/view/8335>
- Muangsal. (2019). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*, 5(2), 25-39. <https://doi.org/10.38204/atrabis.v5i2.247>