

MODEL PENGEMBANGAN KINERJA MASKAPAI PENERBANGAN GARUDA INDONESIA

Ragimun¹⁾, Kaman Nainggolan²⁾

¹⁾Program Studi Manajemen Administrasi
Akademi Sekretari dan Manajemen Bina Sarana Informatika (ASM BSI)
Jl. Salemba Tengah No. 45, Jakarta Pusat
ragimun.rgn@bsi.ac.id

²⁾Direktur Pascasarjana STMIK Nusa Mandiri Jakarta
Jl Salemba Raya No 5 Jakarta Pusat
kaman@bsi.ac.id

Abstract - *Satisfaction and loyalty of an airline passenger is one indicator of the performance of the airline. Garuda Indonesia as one of today's national airline that continues to improve its performance. One way Garuda Indonesia is doing is to increase the satisfaction and loyalty of its passengers. Factors affecting passenger satisfaction and loyalty, including ticket price and quality of service. The aim of this study was to analyze the impact of price and quality of service on the satisfaction and loyalty of passengers of Garuda Indonesia airline. To analyze the relationship between independent variables and the dependent variable, a moderating variable was included, namely the diversity of flight time options that can strengthen or weaken the effect of satisfaction on loyalty passengers Garuda Indonesia. This study uses primary data collected from passengers Garuda Indonesia with a sample size of 160 respondents. Sampling technique was used purposive sampling. To analyze the data used Equilibrium Structural Modeling (SEM) with AMOS tools 18 and SPSS 17. Results of analysis indicated that the ticket price and service quality has a significant and positive influence on satisfaction and loyalty. However, the quality of service does not directly affect the loyalty significantly. Ticket prices impacted on satisfaction and loyalty significantly. Excellent quality of service satisfaction directly and indirectly has a positive impact on loyalty. But the diversity of flight time such as morning, noon and night did not influence prices and quality of service, the satisfaction, and loyalty of passengers Garuda Indonesia.*

Keywords: *Ticket price, quality service, satisfaction and loyalty of passenger.*

I. PENDAHULUAN

Saat ini maskapai udara menjadi salah satu pilihan penumpang, dibanding dengan maskapai lain seperti kapal laut, kereta api maupun angkutan darat lainnya.

Banyaknya jumlah maskapai penerbangan menyebabkan persaingan menjadi semakin ketat, baik dalam rangka meningkatkan jumlah pelanggan maupun mempertahankan pelanggan yang telah ada. Perusahaan-perusahaan jasa penerbangan berusaha untuk bertahan dalam persaingan pasar melalui penawaran harga, dan berbagai produk unggulan. Demikian juga dengan peningkatan kualitas pelayanan yang dapat dijadikan sebagai salah satu strategi perusahaan untuk meningkatkan serta mempertahankan pelanggan. Kualitas pelayanan yang optimal diharapkan akan mampu memenuhi harapan konsumen sehingga dapat tercipta kepuasan dan loyalitas terhadap perusahaan. Pelanggan yang loyal merupakan aset berharga untuk menjaga kinerja dan kontinuitas usaha maskapai penerbangan seperti maskapai penerbangan Garuda Indonesia.

Persaingan harga yang semakin ketat antar maskapai penerbangan, membawa Garuda Indonesia untuk mempertimbangkan kembali kebijakan harga tiket yang ditawarkan sehingga menimbulkan persepsi

kewajaran harga tiket. Demikian juga kepuasan dan loyalitas pelanggan akan terjaga. Tidak hanya kewajaran harga tiket yang dipertimbangkan tetapi juga persepsi pelanggan mengenai kualitas layanan yang diberikan maskapai Garuda Indonesia juga akan dihubungkan dengan kepuasan dan loyalitas penumpang.

Penelitian ini menggunakan empat konstruk yaitu harga tiket, kualitas layanan sebagai variabel bebas, sedangkan kepuasan dan loyalitas penumpang pada penumpang penerbangan domestik untuk maskapai penerbangan Garuda Indonesia di Jakarta sebagai variabel tidak bebas serta pemilihan waktu penerbangan sebagai variabel moderating. Penelitian ini dilakukan dengan mengambil data sampel di bandara Soekarno Hatta Jakarta, terminal pemberangkatan bus Damri di Stasiun Gambir dan Kemayoran. Sampel yang digunakan adalah sebesar 160 responden yang memiliki beberapa syarat tertentu.

Perumusan masalah dalam penelitian adalah bagaimana pengaruh harga tiket dan kualitas layanan terhadap kepuasan serta loyalitas penumpang dan bagaimana keragaman pilihan waktu penerbangan membedakan pengaruh kepuasan terhadap loyalitas penumpang. Sedangkan tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh harga tiket dan kualitas

layanan terhadap kepuasan dan loyalitas penumpang maskapai penerbangan Garuda Indonesia dan menganalisis keragaman pilihan waktu penerbangan yang dapat membedakan pengaruh kepuasan terhadap loyalitas penumpang maskapai penerbangan Garuda Indonesia di Jakarta.

II. LANDASAN TEORI

2.1. Kepuasan (*Satisfaction*)

Konsep kepuasan konsumen merupakan hal penting bagi para manajer pemasaran dimana kepuasan konsumen dapat mendorong pembelian ulang (Fornell, 1992 dalam Puspitasari, 2006). Kepuasan penumpang merupakan hasil dari perbandingan antara harapan dan kenyataan yang diterima penumpang setelah mengkonsumsi barang atau jasa.

Boone dan Kurtz (2007:25) mengartikan kepuasan penumpang sebagai hasil dari barang atau jasa yang memenuhi atau melebihi kebutuhan dan harapan pembeli. Wijayanti (2008) menyatakan bahwa kepuasan yang dirasakan oleh penumpang dapat meningkatkan intensitas membeli dari penumpang tersebut. Hallowell (1996) menyatakan bahwa kepuasan memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas penumpang.

2.2. Loyalitas (*Loyalty*)

Menurut Akbar dan Parvez (2009) menyatakan bahwa faktor-faktor pembentuk loyalitas penumpang adalah kualitas pelayanan, kepercayaan, dan kepuasan penumpang.

Menurut Hurriyati (2005:35), loyalitas penumpang memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan, mempertahankan mereka berarti meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan.

Sedangkan menurut Kotler dan Keller (2007:76) untuk mengukur loyalitas dapat melalui *repeat purchase* (kesetiaan terhadap pembelian produk); *retention* (ketahanan terhadap pengaruh negatif mengenai perusahaan); *referalls* (merefereasikan secara total eksistensi perusahaan kepada orang lain).

2.3. Harga Tiket (*Ticket Price*)

Harga menurut Tjiptono dkk. (2008: 67) dapat diartikan sebagai sejumlah uang (satuan moneter) dan atau aspek lain (non moneter) yang mengandung utilitas/kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu produk.

Xia et al. (2004) mengungkapkan bahwa penilaian dari kewajaran harga kemungkinan besar didasarkan pada perbandingan transaksi yang melibatkan berbagai pihak.

Menurut Kotler dan Armstrong (2006:289), harga adalah jumlah uang yang dibebankan untuk produk atau jasa atau jumlah nilai yang konsumen pertukarkan untuk manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.

2.4. Kualitas Layanan (*Service Quality*)

Menurut Munir (2002:35), pelayanan adalah merupakan serangkaian kegiatan, karena itu pelayanan juga merupakan suatu proses. Sebagai proses, pelayanan berlangsung secara rutin dan berkesinambungan yang meliputi seluruh kehidupan orang dalam masyarakat.

Untuk dapat mengetahui apakah pelayanan umum yang diberikan sesuai dengan keinginan atau kebutuhan konsumen sebagai penumpang layanan, maka kualitas pelayanan harus diukur dan dinilai oleh konsumen penumpang layanan. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Lukman dan Sugiyanto (2001:12).

2.5. Variabel Moderating

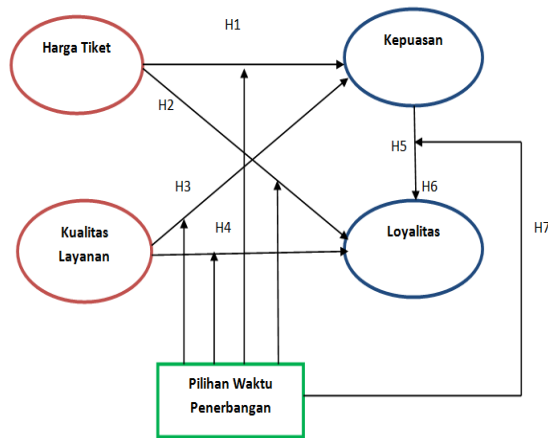
Menurut Hermawan (2005:54) variabel moderating adalah variabel yang mempengaruhi hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. Misalnya suatu teori menyatakan bahwa kualitas pelayanan akan mempengaruhi "loyalitas konsumen". Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen akan bervariasi berdasarkan faktor demografik (misalnya pendidikan, pendapatan, usia, dan lain-lain) sebagai variabel moderating.

Variabel moderating dalam penelitian ini adalah pilihan waktu penerbangan. Pilihan waktu penerbangan merupakan pilihan waktu yang paling disukai penumpang maskapai penerbangan Garuda Indonesia. Pilihan waktu penerbangan ini terbagi tiga pilihan, yaitu penerbangan pagi hari, siang dan malam hari.

2.6. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir dalam penelitian ini adalah berdasarkan fakta bahwa maskapai penerbangan Garuda Indonesia berada pada posisi kedua dalam hal pangsa pasar (*market share*) penerbangan domestik di Indonesia setelah Lion Air (Capa, 2013).

Harga tiket dan kualitas layanan dapat secara langsung mempengaruhi loyalitas atau secara tidak langsung melalui kepuasan penumpang. Keempat variabel tersebut dapat juga dipengaruhi atau tidak dipengaruhi oleh pilihan waktu penerbangan sebagai variabel moderat. Oleh karena itu, bila digambarkan maka akan terlihat seperti pada Gambar 1 berikut ini:



Gambar 1 Kerangka Berpikir

2.7. Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Diduga terdapat pengaruh signifikan Harga Tiket dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan serta Loyalitas penumpang maskapai penerbangan Garuda Indonesia di Jakarta.
2. Diduga keragaman pilihan waktu penerbangan tidak membedakan pengaruh signifikan Harga Tiket dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas penumpang maskapai penerbangan Garuda Indonesia di Jakarta.

2.8. Metodologi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Jakarta. Pengambilan sampel dilakukan di beberapa tempat seperti terminal Damri Stasiun Gambir, Kemayoran dan Terminal Keberangkatan Garuda Indonesia Gate 1 sampai dengan Gate 7 Bandara Soekarno Hatta. Penelitian hanya meneliti mengenai empat konstruk yaitu harga tiket, kualitas layanan, kepuasan dan loyalitas penumpang penerbangan domestik Garuda Indonesia di Jakarta, serta dengan menambahkan variabel moderating yaitu waktu pilihan penerbangan (pagi, siang dan malam).

Ferdinand (2002) menyatakan bahwa ukuran sampel untuk pengujian model menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) adalah antara 100-200 atau tergantung pada jumlah parameter yang digunakan dalam seluruh *variabel laten*, yaitu jumlah parameter dikalikan 5 sampai 10. Untuk penelitian ini digunakan 160 responden yaitu ukuran sampel tertinggi. Teknik penentuan sampel yang dipakai dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampling dimana sampel dipilih berdasarkan penilaian peneliti yaitu pihak yang tepat untuk dijadikan sampel penelitiannya.

Valid atau tidaknya data sangat menentukan bermutu atau tidaknya data tersebut yang bergantung pada instrumen yang digunakan, yakni memenuhi asumsi normalitas, asumsi outlier, multi kolinearitas, singularitas, validitas dan reliabilitas.

Asumsi normalisasi sebaran data harus dipenuhi agar data dapat diolah lebih lanjut dalam SEM. Pada penelitian ini evaluasi normalitas dilakukan dengan menggunakan kriteria *critical ratio skewness* (kemencengan) dan *critical ratio curtosis value* yang berada antara -2,58 dan 2,58 pada tingkat signifikansi 0,01 (Ghozali, 2008: 84). Data dapat disimpulkan mempunyai distribusi normal jika nilai *critical ratio skewness* dan *critical ratio curtosis value* di bawah harga mutlak 2,58.

Outliers adalah kondisi observasi dari suatu data yang memiliki karakteristik yang unik yang terlihat sangat berbeda jauh dari observasi-observasi lainnya dan muncul dalam bentuk nilai ekstrim, baik untuk sebuah variabel tunggal (*univariat*) maupun variabel-variabel kombinasi (*multivariat*). Deteksi terhadap *multivariat outlier* dilakukan dengan memperlihatkan nilai *Mahalanobis distance table*. Nilai *Mahalanobis distance* tabel yang ditetapkan berdasarkan nilai χ^2 tabel. Dapat disimpulkan bahwa semua kasus yang mempunyai nilai *Mahalanobis distance* hitung $> \chi^2$ tabel, berarti mengindikasikan adanya *multivariat outlier*. Jarak Mahalanobis dievaluasi dengan menggunakan χ^2 pada derajat kebebasan (df) sejumlah variabel yang digunakan dalam penelitian. Kriteria yang digunakan untuk mendeksi outlier adalah nilai $\chi^2 (\alpha, df)$.

Multikolinearitas digunakan untuk menguji suatu model apakah terjadi hubungan yang sempurna atau hampir sempurna antara variabel bebas, sehingga sulit untuk memisahkan pengaruh antara variabel-variabel itu secara individu terhadap variabel terikat. Pengujian ini untuk mengetahui apakah antar variabel bebas dalam persamaan regresi tersebut tidak saling berkorelasi. Untuk mendeteksi Multikolinearitas digunakan nilai tolerance dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Menurut Hair et al dalam Duwi Priyatno (2010) variabel dikatakan mempunyai masalah multikolinearitas apabila nilai tolerance lebih kecil dari 0,1 atau nilai VIF lebih besar dari 10.

Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi maka variabel-variabel ini tidak orthogonal. Variabel orthogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas dalam model regresi dapat dilihat dari Variance Inflation Factor (VIF). Pengambilan keputusan Multikolinearitas atau tidak dengan melihat nilai VIF : (Cooper. R Donald, 2006)

1. Tidak terjadi Multikolinearitas jika $VIF \leq 10,00$
2. Terjadi Multikolinearitas jika $VIF \geq 10,00$.

Multikolinearitas dan singularitas dapat dideteksi dari determinan matriks kovarians. Jika nilai dari determinan matriks kovarians sangat besar atau jauh dari angka nol, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah *multikolinearitas dan singularitas* pada data yang dianalisis, sehingga data dinyatakan *valid*. (Ghozali, 2008).

2.9. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk memeriksa apakah isi kuesioner sudah tepat untuk mengukur apa yang ingin diukur dan cukup dipahami oleh semua responden yang diindikasikan oleh kecilnya persentase jawaban responden yang tidak terlalu menyimpang dari jawaban responden lainnya. Menurut Sugiyono (2007:115), validitas dapat dilakukan dengan mengkorelasikan antar item skor instrumen dalam suatu faktor dan mengkorelasikan antar skor faktor dengan skor total. Bila koefisien korelasi tiap faktor bernilai positif dan besarnya 0,3 keatas maka faktor tersebut merupakan variabel yang kuat. Uji validitas dilakukan dengan teknik korelasi *product moment* dengan rumus:

$$r_{xy} = \frac{n \sum x_i y_i - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{\{n \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2\} \{n \sum y_i^2 - (\sum y_i)^2\}}} \dots\dots\dots(1)$$

dimana,

- r_{xy} = koefisien korelasi
- x_i = skor butir
- y_i = skor total

2.10. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui konsistensi alat ukur yang digunakan, sehingga bila alat ukur tersebut digunakan kembali untuk meneliti obyek yang sama dengan teknik yang sama walaupun waktunya berbeda, maka hasil yang akan diperoleh akan sama. Menurut Nunafy dalam Ghozali (2005 : 41) pengujian dengan menggunakan teknik *statistic Cronbach alpha instrument* dikatakan *reliable* untuk mengukur variabel bila memiliki nilai alpha lebih besar dari 0,60. Rumus Alpha Cronbach adalah sebagai berikut:

$$r_{11} = \left(\frac{K}{K-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right) \dots\dots\dots(2)$$

dimana,

- r₁₁ = reliabilitas instrumen
- K = banyaknya butir pertanyaan
- ∑σ_b² = jumlah varians butir
- σ_t² = varians total butir

Jika r₁₁ lebih besar dari r tabel (pada taraf signifikansi satu pihak ; derajat bebas db = n-2; n = jumlah pengamatan) menunjukkan bahwa instrumen penelitian reliabel. Sebaliknya, jika r₁₁ lebih kecil dari r tabel (pada taraf signifikansi satu pihak ; derajat bebas db = n-2 ; n = jumlah pengamatan) menunjukkan bahwa instrumen penelitian tidak reliabel.

2.11. Pengujian Keragaman Perbedaan Pilihan Waktu Penerbangan

Setelah model penerimaan dan penggunaan diterima, dilanjutkan uji keragaman dengan

menggunakan variabel *moderating* yang dianalisis berdasarkan pilihan waktu penerbangan. Perbedaan waktu penerbangan dibedakan atas tiga pilihan waktu penerbangan yaitu waktu pagi hari, siang dan malam hari. Kriteria pagi hari adalah dari jam 00.00-12.00 WIB, siang hari jam 12.01-18.00 WIB sedangkan malam hari jam 18.01-24.00 WIB. Untuk pengujian dan menganalisis keragaman perbedaan waktu penerbangan digunakan *tools* AMOS 18 pada *multiple group analysis*.

2.12. Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini metode analisis data yang digunakan adalah analisis SEM (*Structural Equation Modelling*) dari paket statistik AMOS versi 18. Bila dilihat dari penyusunan model serta cara kerjanya, SEM adalah gabungan dari analisis faktor dan analisis regresi yang dapat menjelaskan hubungan antar banyak variabel. Menganalisis model penelitian dengan SEM dapat mengidentifikasi dimensi-dimensi sebuah konstruk dan pada saat yang sama dapat mengukur pengaruh atau derajat hubungan antar faktor yang telah diidentifikasi dimensi-dimensinya (Ferdinand, 2002:7).

AMOS merupakan program yang dirancang untuk analisis *Structural Equation Modelling (SEM)* berbasis *covariance* (Santoso, 2011). AMOS dapat digunakan untuk menganalisis regresi berganda. Persamaan regresi ini digunakan untuk menggambarkan hubungan linear antara variabel dependen (endogen) Y dan variabel-variabel independen (eksogen) X1, X2, X3Xi, sebagaimana dapat di rumuskan sebagai berikut (Ghozali, 2008:77):

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots\dots\dots + \beta_i X_i + \epsilon \dots\dots (3)$$

dimana,

- Y = variabel endogen
- α = intercept
- β_iX_i = koefisien variabel eksogen ke- i
- ε = error

III. PEMBAHASAN

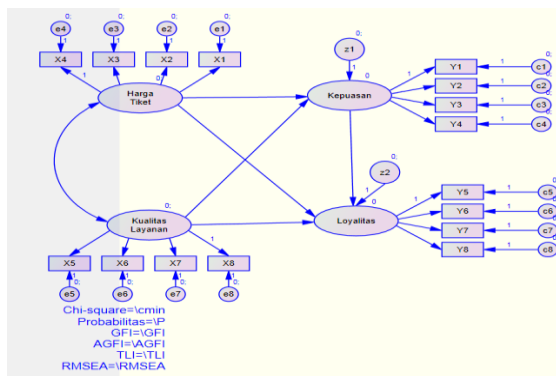
Berdasarkan data yang diperoleh dari 160 responden melalui penyebaran kuesioner, dapat dibuat profil responden yang terdiri dari jenis kelamin, pendidikan, usia, pekerjaan, tujuan penerbangan, penghasilan responden dan frekuensi penerbangan Garuda Indonesia pertahun serta pilihan waktu penerbangan. Penggolongan ini bertujuan untuk mengetahui gambaran atau potret responden para penumpang Garuda Indonesia di Jakarta.

Selanjutnya data diinput dalam bentuk tabel menggunakan program *Microsoft Excel (MS Excel)*. Data ini masih dalam bentuk data ordinal. Menurut Nazir Muhammad (2009) data ordinal adalah termasuk data kualitatif yang menunjukkan lambang dan jenjang atau tingkatan (*rank*) lebih besar atau lebih kecil. Agar data ini dapat diolah maka harus

dikonversi dari skala ordinal menjadi skala interval menggunakan *method of successive interval* (MSI).

3.1. Model SEM Berdasarkan Teori

Berdasarkan model penelitian yang diajukan, dalam penelitian ini ada beberapa variabel yang akan dianalisis yang meliputi variabel eksogen (*independent*) dengan menggunakan 8 indikator dan variabel endogen (*dependent*) menggunakan 8 indikator. Adapun variabel eksogen dalam penelitian ini adalah Harga Tiket dan Kualitas Layanan. Sedangkan variabel endogen dalam penelitian adalah Kepuasan dan Loyalitas penumpang maskapai penerbangan Garuda Indonesia di Jakarta. Hubungan kausalitas antara variabel eksogen dan variabel endogen dalam model awal penelitian ini ditunjukkan pada Gambar 2 sebagai berikut:



Gambar 2. Model Awal Penelitian

3.2. Pengolahan Dalam Model Struktural Pengujian Validitas (*Confirmatory Factor Analysis*)

Untuk mengukur validitas konstruk dapat dilihat dari nilai *loading factor*. Pada penelitian ini dilakukan analisis *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) terhadap variabel laten eksogen dan endogen. Berdasarkan hasil uji CFA dapat dijabarkan uji validitas sebagai berikut :

3.3. Uji Validitas Variabel Laten Eksogen (*Independent Variable*)

1. Harga Tiket

Untuk variabel independen (laten) Harga Tiket setelah dilakukan uji validitas dengan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) didapat output *standardized loading estimate*, semuanya memiliki nilai koefisien korelasi (r) > 0,5. Hal ini sesuai kriteria bila koefisien r > 0,5 berarti valid. Dengan demikian semua konstruk variabel laten Harga Tiket adalah valid, sebagaimana Tabel 1 sebagai berikut:

Tabel 1. Uji Validasi Variabel Harga Tiket

Indikator (Pertanyaan)	Koefisien Korelasi (r)	Keterangan
X1	0,685	Valid
X2	0,681	Valid
X3	0,764	Valid
X4	0,700	Valid

3. Kualitas Layanan

Variabel independen (Laten) Kualitas Layanan setelah dilakukan uji validitas dengan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) didapat output *standardized loading estimate*, semuanya memiliki nilai koefisien korelasi (r) > 0,5. Hal ini berarti semua konstruk variabel laten Kualitas Layanan adalah valid. Sebagaimana Tabel 2 sebagai berikut:

Tabel 2. Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan

Indikator (Pertanyaan)	Koefisien Korelasi (r)	Keterangan
X5	0,771	Valid
X6	0,859	Valid
X7	0,577	Valid
X8	0,548	Valid

3.4. Uji Validitas Variabel Laten Endogen (*Dependent Variable*)

1. Kepuasan

Variabel dependen (Laten) Kepuasan setelah dilakukan uji validitas dengan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) didapat output *standardized loading estimate*, semuanya memiliki nilai koefisien korelasi (r) > 0,5. Hal ini berarti semua konstruk variabel laten Kepuasan adalah valid. Sebagaimana Tabel .3 sebagai berikut:

Tabel 3 Uji Validitas Variabel Kepuasan

Indikator (Pertanyaan)	Koefisien Korelasi (r)	Keterangan
Y1	0,807	valid
Y2	0,728	Valid
Y3	0,724	Valid
Y4	0,712	Valid

2. Loyalitas

Variabel dependen (Laten) Loyalitas setelah dilakukan uji validitas dengan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) didapat output *standardized loading estimate*, semuanya memiliki nilai koefisien korelasi (r) > 0,5. Hal ini berarti semua konstruk variabel laten Loyalitas adalah valid sehingga memenuhi syarat pengujian model persamaan struktural. Sebagaimana Tabel 4 sebagai berikut:

Tabel 4. Uji Validitas Variabel Loyalitas

Indikator (Pertanyaan)	Koefisien Korelasi (r)	Keterangan
Y5	0,804	Valid
Y6	0,847	Valid
Y7	0,689	Valid
Y8	0,646	Valid

3.5. Pengujian Reliabilitas

Menurut Sekaran (dalam Zulganef, 2006) suatu instrumen penelitian mengindikasikan memiliki reliabilitas yang memadai jika koefisien *alpha Cronbach* lebih besar atau sama dengan 0,70. Hasil uji dengan menggunakan SPSS 17.0 menunjukkan koefisien *Cronbach alpha* sebesar 0,889. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa variabel tersebut adalah reliabel (Tabel 5).

Tabel 5 Reliability Statistics Cronbach's Alpha

Cronbach's Alpha	N of Items
.889	16

Demikian juga pendekatan pengujian reliabilitas yang dianjurkan adalah mencari nilai besaran *construct reliability* dan *variance extracted* dari masing-masing variabel laten dengan menggunakan informasi yang terdapat dalam *loading factor* dan *measurement error* dari hasil CFA (*Confirmatory Factor Analysis*). *Construct reliability* menyatakan ukuran konsistensi internal dari indikator-indikator sebuah konstruk yang menunjukkan derajat sampai dimana masing-masing indikator tersebut mengidentifikasi sebuah konstruk/laten yang bersifat umum. *Cut-off value* dari *construct reliability* adalah minimal 0,70. (Ferdinand, 2008). Sedangkan *variance extracted* menunjukkan indikator-indikator telah mewakili secara baik konstruk/laten yang dikembangkan. *Variance Extracted* adalah ukuran yang menunjukkan jumlah *variance* dari indikator – indikator yang diekstrakkan oleh konstruk laten yang dikembangkan. Nilai *variance extracted* yang tinggi menunjukkan bahwa indikator – indikator itu telah mewakili secara baik variabel laten yang dikembangkan. Dalam permodelan SEM, nilai batas yang digunakan untuk mengukur *variance extracted* yang dapat diterima adalah 0,50 (Ferdinand, 2008).

Berdasarkan hasil uji reliabilitas konstruk, hasil uji reliabilitas dibuat tabel Uji Reliabilitas Gabungan seperti pada Tabel 46 berikut:

Tabel 6. Uji Reliabilitas Gabungan

Variabel Laten	Construct Reliability	Variance Extracted
Harga Tiket	0,875	0,503
Kualitas Layanan	0,845	0,483
Kepuasan	0,766	0,605
Loyalitas	0,763	0,626

Sumber : Data diolah, 2014

Dari Tabel 4.6 tersebut di atas dapat dijelaskan bahwa seluruh konstruk variabel laten memenuhi syarat *cut-off value* untuk *construct reliability* memiliki nilai > 0,70 dan *cut-off value* untuk *variance extracted* > 0,50. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa masing-masing variabel memiliki reliabilitas yang baik.

3.6. Uji Asumsi

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah sampel yang diambil berasal dari distribusi normal atau tidak. Nilai critical ratio (c.r) yang direkomendasikan sebagai kriteria distribusi normal adalah berada pada kisaran -2.58 sampai 2.58. Pada tabel Assesment of Normality menunjukkan nilai c.r berada pada kisaran -0,450 sampai 1,109 sehingga dapat dikatakan bahwa data terdistribusi secara normal.

2. Outliers

Outliers adalah kondisi observasi dari suatu data yang memiliki karakteristik unik yang terlihat sangat jauh dari observasi-observasi lainnya dan muncul dalam nilai yang ekstrim (Hier et.al. dalam Ghazali,2005:228). Deteksi terhadap multivariate outliers dilakukan dengan memperhatikan nilai Mahalanobis distance. Kriteria yang digunakan adalah berdasarkan nilai Chi squares pada derajat kebebasan (degree of freedom) 160 yaitu jumlah variabel indikator pada tingkat signifikansi $p < 0,005$. Dapat dihitung dengan Microsoft Excel dengan menu CHINV. Pada menu CHINV, baris probabilitas diisi 0,005 dan degree of freedom diisi jumlah observasi. Nilai Mahalanobis distance χ^2 pada tabel (160, 0,005) = 39,252. Pada tabel Mahalanobis Distance, nilai Mahalanobis square yang lebih besar dari 39,252 dianggap sebagai outliers, sehingga sampel tersebut dikeluarkan dari data penelitian ini. Pada penelitian ini terdapat 4 indikator atau sampel yang memenuhi kriteria sebagai outliers sehingga dikeluarkan dari data (yaitu indikator /responden nomor 44, 49, 50 dan 52), sehingga dari 160 sampel yang digunakan, tersisa 156 yang masih dianggap memenuhi minimum jumlah sampel sebagai syarat pengujian.

3. Multikolinearitas dan Singularitas

Multikolinearitas adalah kondisi terdapatnya hubungan linier atau korelasi yang tinggi antara masing-masing variabel independen dalam model regresi. Multikolinearitas biasanya terjadi ketika sebagian besar variabel yang digunakan saling terkait dalam suatu model regresi. Masalah multikolinearitas tidak terjadi pada regresi linier sederhana yang hanya melibatkan satu variabel independen. Untuk melihat indikasi multikolinearitas dapat digunakan nilai tolerance value (TOL), eigen value, dan yang

paling umum digunakan adalah varians inflation factor (VIF).

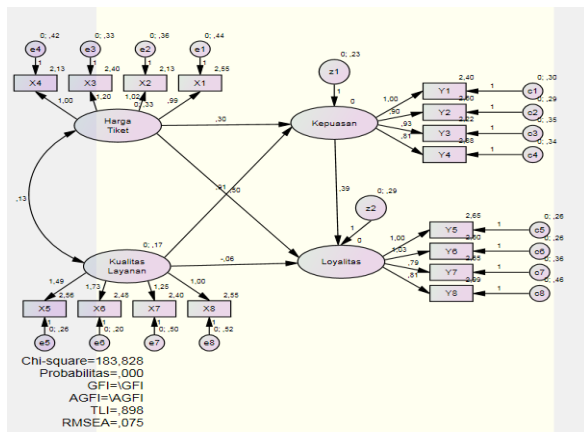
Hingga saat ini tidak ada kriteria formal untuk menentukan batas terendah dari nilai toleransi atau VIF. Beberapa ahli berpendapat bahwa nilai toleransi kurang dari 1 atau VIF lebih besar dari 10 menunjukkan multikolinearitas signifikan, sementara itu para ahli lainnya menegaskan bahwa besarnya R² model dianggap mengindikasikan adanya multikolinearitas. Menurut Duwi Prayitno (2010), jika VIF lebih besar dari 1/(1 - R²) atau nilai toleransi kurang dari (1 - R²), maka multikolinearitas dapat dianggap signifikan secara statistik. Dari pengujian multikolinearitas variabel independen didapat nilai VIF ≤ 10,00, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas.

Pada program AMOS 18, Multikolinearitas dan Singularitas dapat diuji dan dideteksi dari nilai determinan matriks kovarians. Jika nilai dari determinan matriks jauh dari angka nol (0,000), maka dapat disimpulkan bahwa datanya dinyatakan valid. (Ghozali, 2008)

Pada tabel sample covariances nilai determinant of sampel covariance matrix = ,000. Dari nilai tersebut disimpulkan bahwa tidak terdapat indikasi masalah Multikolinearitas dan Singularitas pada data yang dianalisis.

4. Uji Kesesuaian Model

Pengujian model berbasis teori ini dilakukan dengan menggunakan software AMOS versi 18. Hasil pengujian model tersebut dapat dilihat pada Gambar 4.2 dibawah ini.



Gambar 3. Uji Kesesuaian Model

Pada uji kesesuaian diajukan hipotesis umum sebagai berikut:

H₀: Diduga ada pengaruh Harga Tiket, Kualitas Layanan terhadap Kepuasan dan dampaknya pada Loyalitas penumpang Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia di Jakarta. (hipotesis diterima apabila P < 0.05)

H₁: Diduga tidak ada pengaruh Harga Tiket, Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan dampaknya

pada Loyalitas penumpang Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia di Jakarta. (hipotesis diterima apabila P ≥ 0.05)

Sebagaimana terlihat pada gambar 4.6 di atas, bahwa hipotesis H₀ di terima, yang berarti bahwa model yang diajukan pada penelitian ini adalah fit atau dapat dikatakan bahwa ada pengaruh Harga Tiket dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan dan dampaknya pada Loyalitas penumpang Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia di Jakarta. Hal ini dapat ditunjukkan dengan nilai P = 0,000 atau (Probabilitas) < 0,05.

Berdasarkan hasil di atas ternyata model memenuhi persyaratan, selanjutnya model struktural akan dikonversikan dengan model akhir untuk mengetahui signifikansi dari beberapa variabel bebas terhadap variabel tidak bebasnya sekaligus menjawab hipotesis khusus dalam penelitian ini.

5. Uji Signifikansi

Dari hasil analisis uji kesesuaian model didapat koefisien regresi untuk setiap variabelnya seperti diperlihatkan pada Tabel Signifikansi penelitian, pada Tabel 4.7 di bawah ini.

Tabel 7 Koefisien Regresi Model Awal

Hubungan Kausal	Koefisien Regresi	Probability	Keterangan
Kepuasan < ----- Harga Tiket	0,30	0,023	Signifikan
Kepuasan < ----- Kualitas Layanan	0,91	*****	Signifikan
Loyalitas < ----- Harga Tiket	0,50	0,002	Signifikan
Loyalitas < ----- Kualitas Layanan	-0,06	0,814	Tidak Signifikan
Loyalitas < ----- Kepuasan	0,39	0,007	Signifikan

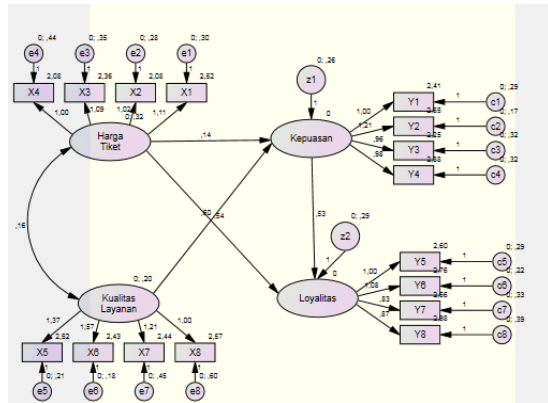
Sumber : Data diolah, 2014

Dari hasil analisis di atas, maka dapat ditentukan hubungan kausal yang akan digunakan dan yang tidak akan digunakan. Hubungan kausal akan digunakan apabila memenuhi kriteria nilai P < 0.05 dan koefisien regresi positif. Hubungan kausal yang dianggap signifikan dan akan digunakan adalah seperti yang dicetak tebal pada tabel 4.7 di atas yaitu: Harga Tiket terhadap Kepuasan, Kualitas Layanan terhadap Kepuasan, Harga Tiket terhadap Loyalitas dan Kepuasan terhadap Loyalitas. Hubungan kausal Kualitas Layanan terhadap Loyalitas adalah tidak memenuhi kriteria, karena tidak signifikan karena

mempunyai koefisien regresi negatif dan nilai $P > 0,05$ maka dikeluarkan dari model.

3.7. Model Akhir

Setelah dilakukan uji signifikansi, dan telah ditentukan variabel yang digunakan dan yang dikeluarkan, didapat model akhir penelitian seperti pada Gambar 4.3 di bawah ini.



Gambar 4. Uji Kesesuaian Model Akhir

Berikut ini adalah hasil signifikansi dari model akhir. Pengolahan model akhir ini dilakukan dengan menghilangkan hubungan kausal Kualitas Layanan terhadap Loyalitas, sebagaimana terlihat pada Tabel 4.8 di bawah ini.

Tabel 8 Koefisien Regresi Model Akhir

Hubungan Kausal	Koefisien Regresi	Probability	Keterangan
Kepuasan < --- --- Harga Tiket	0,30	0,021	Signifikan
Kepuasan < --- --- Kualitas Layanan	0,91	*****	Signifikan
Loyalitas < ---- -- Harga Tiket	0,50	*****	Signifikan
Loyalitas < ---- -- Kepuasan	0,37	0,001	Signifikan

Sumber : Data diolah, 2014

Dari analisis data diperoleh koefisien regresi model akhir sebagaimana Tabel 4.8 maka diperoleh hasil keputusan hipotesis khusus yang diajukan sebagaimana dapat dijabarkan sebagai berikut:

Tabel 9 Hasil Hipotesis Khusus

No	Hipotesis	Hipotesis Deskriptif	Hipotesis Statistik	Hasil
1	H1	Diduga Harga Tiket berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan penumpang	$H1 : P < 0,5$	H1 diterima (signifikan)
2	H2	Diduga	$H1 : P <$	H1

		Harga Tiket berpengaruh langsung secara signifikan terhadap Loyalitas penumpang	0,5	diterima (signifikan)
3	H3	Diduga Kualitas Layanan berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan penumpang	$H1 : P < 0,5$	H1 diterima (signifikan)
4	H4	Diduga Kepuasan berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas penumpang	$H1 : P < 0,5$	H1 diterima (signifikan)
5	H5	Diduga Harga Tiket berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan dan Loyalitas penumpang	$H1 : P < 0,5$	H1 diterima (signifikan)
6	H6	Diduga Kualitas Layanan berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan dan Loyalitas penumpang	$H1 : P < 0,5$	H1 diterima (signifikan)

Sumber : Data diolah, 2014

Sesuai model terakhir dalam penelitian ini dapat dilihat koefisien determinasinya, sebagaimana Tabel 10 sebagai berikut:

Tabel 10 Koefisien Determinasi Model Akhir

Variabel Endogen	R ² (%)	Intercept
Kepuasan (K)	50,9	2,48
Loyalitas (L)	43,3	2,72

Sumber : Data diolah, 2014

Dari hasil pengolahan data model akhir, didapat persamaan regresi berganda dari variabel endogen Kepuasan (K) dan Loyalitas (L) dari variabel eksogen Harga Tiket (HT) dan Kualitas Layanan (KL) sebagai berikut:

- $K = 2,48 + 0,30 HT + 0,49 KL$
- $L = 2,72 + 0,91 HT + 0,37 K$

Untuk $K = 2,48 + 0,30 HT + 0,49 KL$, berarti bahwa variabel HT (Harga Tiket) dan KL (Kualitas Layanan) secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap K (Kepuasan para penumpang). Peningkatan kewajaran harga tiket dan peningkatan kualitas layanan secara bersama-sama akan berpengaruh signifikan atau berarti terhadap peningkatan kepuasan para penumpang Garuda Indonesia. Jika kewajaran harga tiket adalah konstan, maka peningkatan kualitas layanan masih dapat meningkatkan kepuasan para penumpang, dan jika kualitas layanan adalah konstan maka peningkatan kewajaran harga tiket masih dapat meningkatkan kepuasan para penumpang Garuda Indonesia.

Untuk $L = 2,72 + 0,91 HT + 0,37 K$, berarti bahwa variabel HT (Harga Tiket), K (Kepuasan) secara bersama-sama akan berpengaruh positif terhadap L (Loyalitas). Jika kewajaran harga tiket adalah konstan, maka kepuasan masih dapat meningkatkan loyalitas. Jika kepuasan adalah konstan maka kewajaran harga tiket masih dapat meningkatkan loyalitas para penumpang Garuda Indonesia.

Variabel endogen Kepuasan (K) dipengaruhi secara signifikan oleh kewajaran Harga Tiket dan Kualitas Layanan (KL). Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa pengaruh ini sebesar 50,9 persen dari keseluruhan faktor yang mempengaruhi kewajaran Harga Tiket dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan, sedangkan faktor-faktor lainnya sebanyak 49,1 persen merupakan faktor-faktor lain di luar penelitian ini.

Variabel endogen Loyalitas (L) dipengaruhi secara signifikan oleh Harga Tiket dan Kepuasan (K). Harga Tiket dan Kepuasan mempengaruhi Loyalitas hanya sebesar 43,3 persen, sehingga sisanya sebesar 66,7 persen dipengaruhi faktor-faktor lainnya di luar penelitian ini.

3.7. Uji Moderating Pilihan Waktu Penerbangan

1. Pilihan Waktu Penerbangan Pagi

Analisis keragaman variabel moderating berdasarkan kriteria Pilihan Waktu Penerbangan pagi. Hipotesis yang diajukan untuk menganalisis keragaman variabel moderating yang dilihat berdasarkan kriteria Pilihan Waktu Penerbangan Pagi Hari yaitu:

H1: Diduga signifikansi loyalitas penumpang yang disebabkan kepuasan yang diterima penumpang dipengaruhi pemilihan waktu penerbangan pagi hari. ($p < 0,05$).

Berdasarkan hasil output tabel model fit summary bagian default model didapat nilai probability-nya adalah 0,002 yang jauh di bawah 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa H1 diterima yang berarti keragaman pilihan waktu penerbangan pagi hari tidak membedakan kepuasan terhadap loyalitas secara signifikan.

2. Pilihan Waktu Penerbangan Siang

Analisis keragaman variabel moderating berdasarkan kriteria Pilihan Waktu Penerbangan siang hari. Hipotesis yang diajukan untuk menganalisis keragaman variabel moderating yang dilihat berdasarkan kriteria Pilihan Waktu Penerbangan siang yaitu :

H1: Diduga signifikansi loyalitas penumpang yang disebabkan kepuasan yang diterima penumpang dipengaruhi pemilihan waktu penerbangan siang hari. ($p < 0,05$)

Berdasarkan hasil output tabel model fit summary bagian default model didapat nilai probability-nya adalah $0,002 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa H1 diterima yang berarti keragaman pilihan waktu penerbangan siang hari tidak membedakan pengaruh kepuasan terhadap loyalitas secara signifikan.

3. Pilihan Waktu Penerbangan Malam

Analisis keragaman variabel moderating berdasarkan kriteria Pilihan Waktu Penerbangan malam. Hipotesis yang diajukan untuk analisis keragaman variabel moderating yang dilihat berdasarkan kriteria Pilihan Waktu Penerbangan malam yaitu:

H1: Diduga signifikansi loyalitas penumpang yang disebabkan kepuasan yang diterima penumpang dipengaruhi pemilihan waktu penerbangan malam hari. ($p < 0,05$). Jika nilai $p < 0,05$, maka H1 diterima. Akan tetapi jika nilai $p < 0,05$, maka H1 ditolak.

Berdasarkan hasil output, tabel model fit summary bagian default model didapat nilai probability-nya adalah $0,001 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa H1 diterima yang berarti keragaman pilihan waktu penerbangan malam hari tidak membedakan pengaruh kepuasan terhadap loyalitas secara signifikan.

III. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa harga tiket dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas penumpang. Hal ini berarti secara simultan harga tiket dan kualitas layanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas penumpang. Disimpulkan juga, ternyata keragaman Pilihan Waktu Penerbangan baik pagi, siang dan malam hari tidak membedakan pengaruh Harga Tiket dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas penumpang Garuda Indonesia di Jakarta.

Berdasarkan kesimpulan di atas, dapat disampaikan beberapa saran antara lain bahwa maskapai penerbangan Garuda Indonesia semestinya lebih berhati-hati terhadap kebijakan penentuan harga tiket yang senantiasa mempertimbangkan kewajaran harga tiket serta keunggulan kualitas layanan guna meningkatkan kepuasan dan loyalitas penumpang. Oleh karena itu penelitian selanjutnya disarankan untuk mengambil sampel penumpang domestik dan internasional maskapai Garuda Indonesia tidak hanya

di wilayah Jakarta tetapi termasuk beberapa wilayah Indonesia lainnya.

DAFTAR REFERENSI

- [1] Abdul Majid, Suharto, 2008, *Customer Service Dalam Bisnis Jasa Transportasi*, Rajawali Press, Jakarta.
- [2] Akbar, M. Muzahid., Parvez, Noorjahan. 2009. *Impact of service quality, trust, and customer satisfaction on consumer loyalty*, *ABAC Journal*, Vol. 29, No.1, pp. 24-38.
- [3] Atmaja C. D. N. Putu, 2011, *Pengaruh Kewajaran Harga, Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pengguna Jasa Penerbangan Domestik Garuda Indonesia di Denpasar*, Tesis, Program Pasca Sarjana Universitas Udayana Denpasar.
- [4] Aydin, Serkan., Ozer, Gokhan. 2005. *The Analysis Of Antecedents Of Customer Loyalty In The Turkish Mobile Telecommunication Market*, *European Journal of Marketing*, Vol. 39, pp. 910-925.
- [5] Cooper R. Donald, Schindler S. Pamela. 2006. *Business Research Methods*. Ninth Edition. The McGraw-Hill Companies. New Delhi.
- [6] Dharmmesta, B.S., 2002, *Loyalitas Pelanggan: Sebuah Kajian Konseptual sebagai Panduan bagi Penalty*, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*.
- [7] Duwi Priyatno, 2010. *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian dengan SPSS dan Tanya Jawab Ujian Pendaratan*. Gaya Media, Yogyakarta.
- [8] Ferdinand, Agusty, 2008, "Structural Equation Modelling dalam Penelitian Manajemen", Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- [9] Fuadi, Munir, 2002, *Menata Bisnis Modern di Era Global*, Bandung ; Citra Aditya Bakri.
- [10] Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi : Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi 3. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- [11] Ghozali, Imam. (2008). "Model Persamaan Struktural : Konsep dan Aplikasi dengan Program Amos 16.0", Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang, 2008.
- [12] Griffin.J. alih bahasa oleh Dwi Kartini Yahya. (2005). *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- [13] Hallowell, Roger. 2006. *The Relationships Of Customer Satisfaction, Customer Loyalty, And Profitability: An Empirical Study*. *International Journal Of Service Industry Management*, Vol. 7, No. 4, pp. 27-42.
- [14] Hurriyati, Ratih. 2005. *Bauran pemasaran dan loyalitas konsumen*. Edisi 1. Bandung : Alfabeta.
- [15] Jambak, Herman. 2004. *Analisis Hubungan Praktek-Praktek Sumber Daya Manusia dengan Kepuasan Pelanggan di PT Garuda Indonesia* (Tesis). Jakarta: Universitas Indonesia.
- [16] Kotler, Philip dan Armstrong, Gary (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Alih Bahasa Bob Sabran). Jilid 1. Edisikeduabelas. Jakarta: Erlangga.
- [17] Kotler, P. dan Keller, K. L. 2007. *Manajemen Pemasaran* (Bejamin Molan, Pentj). Ed 12, Jilid 1&2. Jakarta : Indeks.
- [18] Lukman dan Sugiyanto, 2001, *Pengembangan Pelaksanaan Pelayanan Prima*, Jakarta, LAN RI.
- [19] Nazir, Mohamad. 2009, *Metode Penelitian*, Ghalia Indonesia, Jakarta.
- [20] Puspitasari. Diana. 2006. *Analisis Pengaruh Persepsi Kualitas dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang* (Studi Kasus pada Maskapai Penerbangan Garuda Keberangkatan Semarang). Tesis. Program Studi magister Manajemen, Program Pasca Sarjana Universitas Diponegoro, Semarang.
- [21] Rahyuda, I, Ketut, 2011, *Pengaruh Kewajaran Harga, Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pengguna Penerbangan Domestik GIA di Denpasar*, *Jurnal Equitas*, volume 5 NO 3 September 2011, STIE SIA Surabaya.
- [22] Santoso, Singgih. 2011. *Structural Equation Modeling (SEM) Konsep dan Aplikasi dengan Amos 18*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- [23] Sekaran, U. (2006), *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*, 4th Edition. New York: John Wiley & Sons, Inc.
- [24] Simamora, Bilson. 2004. *Riset Pemasaran, Falsafah, teori dan aplikasi* Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

- [25] Sugiyono. 2007. Metode Penelitian Bisnis. Cetakan Kesembilan. Bandung : CV Alfabeta
- [26] Tjiptono, Fandy, 2004, Strategi Pemasaran, Edisi 2, Yogyakarta, Penerbit Andi
- [27] Tjiptono, Fandy., Chandra, Gregorius., dan Adriana, Dadi. 2008. Pemasaran strategik. Yogyakarta : CV Andi offset.
- [28] Umar, Husein. (2000). Business An Introduction. Jakarta: PT. GramediaPustakaUtama
- [29] Wardiningsih. 2009, Strategi PT Kereta Api Indonesia Untuk Menghadapi Dampak Perang Tarif Murah di Maskapai Penerbangan Indonesia, Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan, Vo. 9 no 1, April 2009
- [30] Wendha P. Atika, 2013, Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis, dan Kewirausahaan Volume 7, No. 1, Februari 2013 berjudul Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Garuda Indonesia Di Denpasar.
- [31] Wijayanti, Ari. 2008. Strategi Meningkatkan Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan. Studi Kasus: Produk Kartu Seluler Prabayar Mentari Indosat Wilayah Semarang. Tesis. Program Studi Magister Manajemen Universitas Diponegoro, Semarang.
- [32] Xia, L., Monroe, K.B. and Cox, J.L. 2004, The price is unfair! A conceptual framework of price fairness perceptions, Journal of Marketing
- [33] Zulganef. 2006. Metode Penelitian Sosial & Bisnis. Edisi Pertama. Penerbit Graha Ilmu Yogyakarta.
- [34] <http://www.skyscrapercity.com/index.php>

Biodata Penulis:

Ragimun, Dosen ASM BSI Salemba 45 Jakarta, juga sebagai peneliti madya pada Pusat Kebijakan Ekonomi Makro Badan Kebijakan Fiskal (BKF) Kementerian Keuangan. Pendidikan S1 di Fakultas Ekonomi Universitas Jenderal Soedirman tahun 1990, S2 MBA pada International Management Institute New Delhi India tahun 2006, dan MM di Universitas BSI Bandung tahun 2015.

Kaman Nainggolan, Guru Besar Bidang Ilmu Ekonomi, Direktur Pascasarjana STMIK Nusa Mandiri Jakarta. Pendidikan S1 Teknologi Pangan di IPB tahun 1976, S2 Statistika Terapan IPB tahun 1979, dan S3 (Ph.D), Agricultural Economics dengan predikat summa cum-laude, Oklahoma State University, Amerika Serikat tahun 1987.