

PENGARUH KETEPATAN WAKTU DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP REPUTASI PERUSAHAAN PENERBANGAN LION AIR DI BANDAR UDARA KOMODO LABUAN BAJO NUSA TENGGARA TIMUR

Lievani Christiani¹ & Fryda Fatmayati²

Manajemen Transportasi Udara, Sekolah Tinggi Teknologi Kedirgantaraan Yogyakarta¹²

Email: christianilievani@gmail.com¹ & fryda.fatmayati@sttkd.ac.id²

Abstrak

Reputasi perusahaan penerbangan biasanya tercipta melalui kesan yang diberi perusahaan kepada penumpang baik dari segi ketepatan waktu dan juga kualitas pelayanan yang diberikan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Ketepatan Waktu dan Kualitas Pelayanan Terhadap Reputasi Perusahaan Penerbangan Lion Air di Bandar Udara Komodo Labuan Bajo Nusa Tenggara Timur (NTT). Penelitian ini menggunakan pendekatan Kuantitatif. Dan teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner dengan pengolahan data menggunakan program software SPSS 20.0. Metode analisis yang digunakan yaitu uji validitas, uji reliabilitas, regresi linier berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R^2). Hasil analisis pada uji F menunjukkan uji F hitung > F tabel, artinya terdapat pengaruh ketepatan waktu dan kualitas pelayanan terhadap reputasi perusahaan penerbangan Lion Air di Bandar Udara Komodo Labuan Bajo Nusa Tenggara Timur (NTT). Hasil analisis regresi linier berganda dapat diketahui bahwa variabel ketepatan waktu dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap reputasi perusahaan penerbangan. Dan hasil koefisien determinasi (R^2) sebesar 72,9%.

Kata Kunci: ketepatan waktu, Kualitas Pelayanan, Reputasi perusahaan Penerbangan, Lion Air

Abstract

The reputation of the airline company is usually created through the impression that the company gives to passengers both in terms of timeliness and quality of service provided. The purpose of this study was to determine the effect of punctuality and service quality on the reputation of the Lion Air airline at Komodo Airport, Labuan Bajo, East Nusa Tenggara (NTT). This study uses a quantitative approach. And the sampling technique in this study used a purposive sampling technique. The data collection technique in this study used a questionnaire with data processing using the SPSS 20.0 software program. The analytical method used is validity test, reliability test, multiple linear regression, test, F test, and coefficient of determination (R^2). The results of the analysis on the F test show that the F test count > F table, meaning that there is an influence on timeliness and service quality on the reputation of the Lion Air airline at Komodo Airport, Labuan Bajo, East Nusa Tenggara (NTT). The results of multiple linear regression analysis can be seen that the variables of timeliness and service quality have a positive effect on the reputation of airlines. And the result of the coefficient of determination (R^2) is 72.9%.

Keywords: punctuality, service quality, airline reputation, Lion Air



Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi-BerbagiSerupa 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

PENDAHULUAN

Transportasi adalah salah satu hal yang selalu dibutuhkan dan merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia. Dengan transportasi

manusia dapat dimudahkan dalam melakukan aktifitas sehari-hari. Dalam kaitannya dengan kehidupan manusia, transportasi memiliki peranan yang signifikan dalam berbagai aspek kehidupan

seseorang baik dalam aspek sosial, ekonomi, lingkungan, politik, pertahanan dan keamanan (Widyaningtyas, 2010).

Menurut ACI (Airport Council International) tahun 2012 Penerbangan yang tepat waktu adalah penerbangan yang berangkat dalam waktu 15 menit dari waktu keberangkatan yang dijadwalkan, keberangkatan diukur ketika pesawat meninggalkan gerbang keberangkatan. Jadi jika keberangkatan pesawat yang melebihi 15 menit dari jadwal penerbangan dapat dikategorikan terlambat (delay). Ketepatan waktu penerbangan sendiri merupakan salah satu pelayanan utama yang diterima oleh penumpang. Pelayanan ini menjadi tolak ukur untuk peningkatan daya saing antar maskapai penerbangan.

Lion Air merupakan maskapai yang sering sekali diberitakan oleh beberapa media massa seperti media cetak, media televisi dan terutama, media online. Contoh media online yang pernah memberitakan Lion Air yaitu kompas.com, liputan6.com, dan masih banyak lagi media online lainnya, yang dimana Lion sering di beritakan tentang delay dan kecelakaan contohnya yang dilansir dari ekonomi.kompas.com pada tanggal 3 agustus 2017 terjadi kecelakaan senggolan sayap di Bandar Udara Internasional Kuala Lumpur antara pesawat Lion Air dengan pesawat Wings Air, dan masih banyak lagi berita mengenai kecelakaan maskapai Lion Air.

Dilansir dari tribun-timur.com tahun 2017, pada bulan Desember Lion Air kembali diberitakan Delay Hingga 2 Jam, Penumpang Lion Air Tujuan Makassar Diberi Biskuit. Penumpang mengaku bahwa sudah menanyakan kepada petugas Lion Air yang berada tepat di depan pintu masuk Gate A7 dan A8 itu, namun hanya mendapatkan jawaban bahwa Lion Air tujuan Makassar terganggu dan diubah jadwalnya tanpa penjelasan yang lebih lengkap lagi. Pihak Lion Air pun

memberikan kompensasi berupa makanan, namun kompensasi yang diberikan hanya berupa biskuit dan air putih.

Dari beberapa berita tersebut dapat membuat persepsi konsumen menjadi buruk dan tentunya akan mempengaruhi reputasi perusahaan, yang akan membuat masyarakat berfikir Kembali untuk menggunakan jasa maskapai Lion Air. Dari kejadian dan insiden yang pernah dialami oleh maskapai Lion Air di atas maka penulis ingin meneliti apakah kejadian di atas mempengaruhi reputasi perusahaan Lion Air di mata penumpang. Ketepatan waktu penerbangan sendiri merupakan salah satu pelayanan utama yang diterima oleh penumpang. Pelayanan ini menjadi tolak ukur untuk peningkatan daya saing antar maskapai penerbangan.

Definisi Keterlambatan menurut Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2009 tentang Penerbangan ialah terjadinya perbedaan waktu antara waktu keberangkatan atau kedatangan yang dijadwalkan dengan realisasi waktu keberangkatan atau kedatangan. Jika ditinjau dari kepentingan maskapai penerbangan, Ketepatan Waktu Jadwal Penerbangan merupakan unsur penting dalam pelayanan yang diberikan kepada penumpang.

Kualitas layanan dan reputasi/citra perusahaan merupakan faktor pembentuk kepuasan yang penting bagi industri jasa penerbangan. Dalam rangka peningkatan kualitas layanan, maskapai penerbangan sebaiknya memperhatikan ketepatan waktu, dengan melakukan evaluasi dan perbaikan kinerja dalam jadwal keberangkatan penerbangan sehingga dapat mengurangi terjadinya delay keberangkatan pesawat.

Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi

harapan konsumen (Tjiptono, 2007). Menurut Kotler dan Keller (2009) dan (Nurgiansah, 2021) terdapat lima indikator pokok kualitas layanan, yaitu: Tangibility penampilan fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan dan bahan komunikasi. Reliability merupakan kemampuan melaksanakan layanan yang dijanjikan secara meyakinkan dan akurat. Responsiveness kesediaan membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat. Assurance pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka dalam menumbuhkan rasa percaya dan keyakinan. Empathy kesediaan memberikan perhatian yang mendalam dan khusus kepada masing-masing pelanggan.

Reputasi perusahaan yang baik akan mendorong pelanggan atau konsumen dalam pengambilan keputusan untuk membeli barang dan jasa. Reputasi perusahaan yang baik juga menunjukkan sedikit-banyaknya pelanggan serta keuntungan yang diperoleh perusahaan. Dan empati sisi perusahaan, sebagai berikut: Citra Kredibilitas (Credibility) Merupakan citra yang ditujukan kepada investor dimana credibility ini mempunyai 3 karakteristik, yaitu; memperlihatkan profitabilitas, dapat mempertahankan stabilitas; Terpercaya (Trustworthiness) Adalah citra dimata karyawan, dimana organisasi mendapat kepercayaan dari karyawan (karyawan percaya pada organisasi).Keandalan (Reliability) Citra dibangun untuk konsumen, selalu menjaga mutu produk atau jasa, menjamin terlaksananya pelayanan prima yang diterima konsumen; dan tanggung Jawab Sosial (Social Responsibility) Citra untuk masyarakat sekitar,sebarapa banyak atau berarti organisasi membantu pengembangan masyarakat sekitar, seberapa peduli organisasi terhadap

masyarakat dan jadilah perusahaan yang ramah lingkungan.

Adapun penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini di antaranya; Pertama oleh putri clara chantika (2019) dengan judul Pengaruh Berita Keterlambatan Maskapai Penerbangan Lion Air Di Media Sosial Terhadap Citra Jasa Penerbangan Lion Air (Survey Pasa Masyarakat Pengguna Maskapai Penerbangan Lion Air Di Wilayah Titi Kuning, Medan Johor). Kedua oleh Muhammad Darwinsyah (2018) dengan judul Analisa Pengaruh Strategi Komunikasi CSR Melalui Media Sosial Terhadap Reputasi Perusahaan. Ketiga oleh Nurkholish Majid (2020) dengan judul Peran Reputasi Perusahaan Dalam Membangun Kepercayaan Pelanggan Maskapai Penerbangan

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif, penelitian kuantitatif diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan, Sugiyono (2019).

Populasi, Sugiyono (2019) dan (Nurgiansah, 2020) menyatakan bahwa "populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subyek yang mempunyai kualitas. dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah semua penumpang yang pernah menggunakan jasa Maskapai Lion Air minimal usia 17 tahun dan dalam keadaan yang sehat secara jasmani dan rohani, dalam periode waktu bulan September- Oktober tahun 2021.

Menurut sugiyono (2019) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam penelitian ini penulis menggunakan rumus Lemeshow, rumus yang digunakan untuk menghitung sampel pada populasi yang tidak diketahui adalah sebagai berikut :

$$n = Z^2 \times P \times Q / L^2$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel minimal yang diperlukan

Z α = Nilai standar dari distribusi sesuai nilai α = 5% = 1.96

P = Prevalensi outcome, karena data belum didapat, maka dipakai 50%

$$Q = 1 - P$$

L = Tingkat ketelitian 10%

Berdasarkan rumus, maka $n = (1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5 = 96.04$ (0.1)² Maka diperoleh hasil jumlah sampel minimal yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 96 responden. Sedangkan dalam penelitian ini sampel yang digunakan sebanyak 100 responden.

Tenik Pengumpulan Data

Pengumpulan data menggunakan kuesioner, teknik survei kuisisioner dengan menggunakan skala likert, Menurut Sugiyono (2019) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Lalu dokumentasi, dalam penelitian ini dokumentasi berisi foto-foto yang dapat memperkuat hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

Teknik Analisis Data

Uji intrumen penelitian

1. uji validitas

Setelah mengetahui hasil perhitungan validitas kuesioner kemudian melakukan pengujian Reliabilitas dengan menggunakan rumus Cronbach Alpha untuk mengetahui nilai koefisien reliabilitasnya. Dapat dilihat apabila hasil r hitung = atau > r tabel dengan taraf signifikan 5% Maka Di Katakan Reliabel, namun sebaliknya jika r hitung < r tabel maka dikatakan tidak reliabel. Hasil pengujian validitas pada tabel adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

No item pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
1	0,675	0,361	Valid
2	0,649	0,361	Valid
3	0,666	0,361	Valid
4	0,502	0,361	Valid
5	0,633	0,361	Valid
6	0,749	0,361	Valid
7	0,679	0,361	Valid
8	0,609	0,361	Valid
9	0,699	0,361	Valid
10	0,632	0,361	Valid
11	0,802	0,361	Valid
12	0,801	0,361	Valid
13	0,705	0,361	Valid

14	0,772	0,361	Valid
15	0,602	0,361	Valid
16	0,629	0,361	Valid
17	0,672	0,361	Valid
18	0,887	0,361	Valid
19	0,934	0,361	Valid
20	0,743	0,361	Valid

Dari hasil uji instrumen yang telah dilakukan oleh peneliti mendapatkan hasil bahwa dari 20 item pertanyaan kuesioner yang dilakukan uji validitas secara keseluruhan item pertanyaan dikatakan valid dikarenakan nilai r hitung $> 0,361$.

2. Uji Reliabilitas

Pengukuran reliabilitas bisa dilakukan dengan uji statistik Cronbach Alpha (α). Menurut Imam Ghazali (2011), suatu konstruk dikatakan reliabel apabila menaruh nilai Cronbach Alpha apabila nilai Cronbach Alpha $> 0,6$.

Tabel 2. Uji Reliabilitas

<i>Cronbach Alpha</i>	Hasil
0,734 $> 0,6$	Reliabel
0,746 $> 0,6$	Reliabel
0,848 $> 0,6$	Reliabel

Berdasarkan instrumen penelitian mendapatkan hasil bahwa secara keseluruhan item pertanyaan yang berjumlah 20 item bersifat reliabel dikarenakan nilai Cronbach's Alpha $> 0,6$.

3. Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Sugiyono (2016) analisis regresi linier berganda merupakan regresi yang memiliki satu variabel dependen dan dua atau lebih variabel independen. Adapun persamaan regresi berganda dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2$$

Keterangan :

Y = Variabel Dependen
a = Harga Konstanta

b₁ = Koefisien Regresi Pertama

b₂ = Koefisien Regresi Kedua

X₁ = Variabel Independent Pertama
X₂ = Variabel Independent Kedua

4. Uji Hipotesis

- Uji t, Uji t menurut Ghazali (2016) digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap dependen.
- Uji F, Uji F digunakan untuk untuk mengetahui apakah variabel independen atau bebas secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel dependen (Ghozali, 2016). Uji F dilakukan dengan cara membandingkan antara Fhitung dengan Ftabel dan jika nilai signifikansi.
- Koefisien Determinasi (R²), Menurut Ghazali (2016), uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen.

Hipotesis

H1: Ada pengaruh ketepatan waktu terhadap reputasi perusahaan.

H2: Ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap reputasi perusahaan.

H3: Ada pengaruh ketepatan waktu dan kualitas pelayanan terhadap reputasi perusahaan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 3. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-4.267	1.010		-4.227	.000
Total_X1	.241	.043	.437	5.649	.000
Total_X2	.223	.036	.480	6.205	.000

Dependent Variable: TOTAL_Y

Model persamaan regresi linier berganda

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2$$

$$Y = -4,267 + 0,241X_1 + 0,223X_2$$

Dari persamaan tersebut diketahui

- Konstanta (α) sebesar -4,267, yang artinya jika variabel Ketepatan Waktu dan Kualitas Pelayanan adalah 0, maka nilai Reputasi Perusahaan penerbangan Lion Air di Bandar Udara Komodo sebesar -4,267.
- Variabel Ketepatan Waktu (X_1) sebesar 0,241, yang artinya ketepatan waktu berpengaruh positif terhadap reputasi perusahaan penerbangan Lion Air di Bandar Udara Komodo Labuan Bajo.

Dan jika variabel reputasi perusahaan ditingkatkan sebanyak satu satuan sehingga keputusan penumpang akan naik sebanyak 0,241.

- Variabel kualitas pelayanan (X_2) sebesar 0,223, yang artinya kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap Reputasi Perusahaan Penerbangan Lion Air di Bandar Udara Komodo Labuan Bajo. Dan apabila variabel Reputasi Perusahaan ditingkatkan sebanyak satu satuan sehingga keputusan penumpang akan naik sebanyak 0,223.

2. Uji Hipotesis

a. Uji t

Tabel 4. Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-4.267	1.010		-4.227	.000
1 Total_X1	.241	.043	.437	5.649	.000
Total_X2	.223	.036	.480	6.205	.000

Dependent Variable: TOTAL_Y

Berdasarkan tabel diatas, bisa ditarik kesimpulan bahwa Pengaruh Ketepatan Waktu (X_1) terhadap Reputasi Perusahaan (Y) didapatkan nilai t-hitung sebesar 5,649 dan t-tabel sebesar 1,984, memiliki angka signifikan sebesar $0,000 <$

$0,05$ dan t-hitung $5,649 >$ t-tabel 1,984. Menurut kriteria pengambilan keputusan uji t bisa diambil kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, hal ini memperlihatkan adanya pengaruh yang signifikan variabel Ketepatan Waktu

terhadap Reputasi Perusahaan Penerbangan Lion Air di Bandar Udara Komodo Labuan Bajo Nusa Tenggara Timur (NTT).

Berdasarkan tabel diatas, bisa ditarik kesimpulan bahwa Pengaruh Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Reputasi Perusahaan (Y) diperoleh nilai t-hitung sebesar 6,205 dan t-tabel sebesar 1,984, mempunyai angka signifikan sebesar

$0,000 < 0,05$ dan t-hitung $6,205 > t\text{-tabel } 1,984$. Menurut kriteria pengambilan keputusan uji t bisa diambil kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan variabel Kualitas Pelayanan terhadap Reputasi Perusahaan penerbangan Lion Air di Bandar Udara Komodo Labuan Bajo Nusa Tenggara Timur (NTT).

b. Uji F

Tabel 5. Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	704.121	2	352.061	130.723	.000 ^b
Residual	261.239	97	2.693		
Total	965.360	99			

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

b. Predictors: (Constant), TOTAL_X2, TOTAL_X1

Menurut tabel uji F diatas, maka bisa dilihat bahwa nilai F-hitung $130,723 > F\text{-tabel } 2,70$ dengan signifikan $0,000 < 0,05$. Oleh karena itu, bisa diambil kesimpulan apabila terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan Ketepatan Waktu dan Kualitas Pelayanan Terhadap Reputasi Perusahaan Penerbangan Lion Air di Bandara Udara Komodo Labuan Bajo.

3. Koefisien Determinasi R^2

Tabel 6 Hasil Uji R^2

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.854 ^a	.729	.724	1.641

a. Predictors: (Constant), TOTAL_X2, TOTAL_X1

Menurut tabel Koefisien Determinasi (R Square) diatas didapatkan sebanyak 0,729 hasil ini berarti 72,9%

yang artinya variabel Reputasi Perusahaan (Y) bisa dijelaskan oleh variabel Ketepatan Waktu (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2), sedangkan sisanya 27,1% diterangkan variabel lain yang tidak diteliti.

Pembahasan

1. pengaruh Ketepatan Waktu Terhadap Reputasi Perusahaan

Dari tabel uji-t diatas bisa disimpulkan bahwa Pengaruh Ketepatan Waktu (X1) terhadap Reputasi Perusahaan (Y) didapatkan nilai t-hitung sebesar 5,649 dan t-tabel sebesar 1,984, memiliki signifikan sebesar 0,000. Menurut kriteria pengambilan keputusan maka t-hitung $> t\text{-tabel}$, artinya. Ketepatan Waktu mempengaruhi Reputasi Perusahaan Penerbangan Lion Air di Bandar Udara Komodo Labuan Bajo Nusa Tenggara Timur (NTT).

Bisa ditarik kesimpulan apabila H_0 ditolak dan H_a diterima, hal ini memperlihatkan adanya pengaruh

signifikan variabel Ketepatan Waktu terhadap Reputasi Perusahaan Penerbangan Lion Air di Bandar Udara Komodo Labuan Bajo. Hal ini bisa disebabkan karena Perusahaan Penerbangan Lion Air ingin terus meningkatkan tingkat Ketepatan waktu sehingga bisa mempertahankan Reputasi perusahaan Lion Air.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Reputasi Perusahaan

Berdasarkan data tabel diatas, bisa diambil kesimpulan bahwa Pengaruh Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Reputasi Perusahaan (Y) didapatkan nilai t-hitung sebesar 6,205 dan t-tabel sebesar 1,984, memiliki angka signifikan sebesar 0,000. Menurut kriteria pengambilan keputusan sehingga t-hitung > t-tabel, yang berarti Kualitas pelayan mempengaruhi reputasi perusahaan penerbangan Lion Air di Bandar Udara Komodo Labuan Bajo.

Ho ditolak dan Ha diterima, hal ini memperlihatkan adanya pengaruh signifikan variabel Kualitas Pelayanan terhadap Reputasi Perusahaan penerbangan Lion Air di Bandar Udara Komodo Labuan Bajo Nusa Tenggara Timur (NTT).

Hal ini bisa disebabkan karena kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan penerbangan Lion Air cukup baik untuk mempertahankan reputasi perusahaan, karena jika kualitas pelayanan yang diberikan semakin baik maka reputasi perusahaan juga akan makin baik.

Penelitian ini sudah pernah dilaksanakan (Wulandari dan Rasipan (2017)), (Duygun et.al (2014)) yang membuktikan apabila kualitas layanan memiliki pengaruh terhadap reputasi perusahaan.

3. Pengaruh Ketepatan Waktu dan Kualitas Pelayanan Terhadap Reputasi Perusahaan

Dari tabel uji-F di atas maka dapat dipahami bahwa pengaruh Ketepatan Waktu (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Reputasi Perusahaan (Y) diperoleh nilai F-hitung 130,723 > F-tabel 2,70 dengan signifikan 0,000 < 0,05. Jadi terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan Ketepatan Waktu dan Kualitas Pelayanan Terhadap Reputasi Perusahaan Penerbangan Lion Air di Bandara Udara Komodo Labuan Bajo. Hal ini memperlihatkan apabila Ketepatan Waktu dan Kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap Reputasi perusahaan penerbangan Lion Air.

KESIMPULAN

Adanya pengaruh yang signifikan antara Ketepatan Waktu Terhadap Reputasi Perusahaan, karena pada uji-t didapatkan bahwa t-hitung sebesar 5,649 dan t-tabel sebesar 1,984 dan memiliki signifikan 0,000, maka Ho ditolak sehingga secara statistik adalah signifikan. Adanya pengaruh yang signifikan antara kualitas Pelayanan terhadap Reputasi Perusahaan, karena nilai t-hitung sebesar 6,205 dan t-tabel sebesar 1,984, dan memiliki signifikan 0,000, maka Ho ditolak sehingga secara statistik adalah signifikan. Adanya pengaruh yang signifikan secara simultan diantara Ketepatan Waktu dan Kualitas Pelayanan Terhadap Reputasi Perusahaan, karena nilai F-hitung sebesar 130,723 dan F-tabel 2,70 dan memiliki signifikan 0,000.

Adapun saran dari penelitian ini diantaranya; Kepada Perusahaan Penerbangan Lion Air, yakni untuk meningkatkan ketepatan waktu diharapkan maskapai Lion Air di Bandar Udara Komodo Labuan Bajo lebih meningkatkan ketepatan waktu pada

semua bagian baik pada saat ticketing, check-in, boarding, proses pemasukan dan pengambilan bagasi, dan juga pada saat pengecekan mesin pesawat. Untuk meningkatkan Kualitas Pelayanan diharapkan maskapai Lion Air di Bandar Udara Komodo Labuan Bajo lebih meningkatkan Kualitas Pelayanan dibagian Karyawan reponsif terhadap permintaan pelanggan karena memiliki skor terendah dan yang memiliki skor tertinggi yaitu Karyawan Lion Air berpenampilan rapi, bersih, dan menarik, tetapi akan lebih baik jika maskapai Lion Air meningkatkan semua bagian yang ada di Kualitas pelayanan.

Adapun saran bagi peneliti selanjutnya adalah penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat sebagai bahan referensi dan perbandingan dalam penelitian selanjutnya, serta bisa memperluas wawasan terhadap dunia penerbangan di Indonesia, dengan adanya keterbatasan serta kekurangan penelitian ini, diharapkan agar peneliti selanjutnya bisa melaksanakan penelitian sejenis untuk mengetahui 27,1% variabel yang mempengaruhi reputasi perusahaan penerbangan, dan dapat menambah variabel lain agar dapat ditemukan hasil yang lebih optimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim, Lion Air. (2019, July 05). Tingkatkan Kualitas Layanan di Era Millennials Traveling, Lion Air Mencatatkan Kinerja Ketepatan Waktu 85,97%. Retrieved from Lion Air: <https://www.lionair.co.id/tentangkami/newsroom/2019/07/05/tingkatkan-kualitas-layanan-di-eramillennials-traveling-lion-air-mencatatkan-kinerja-ketepatan-waktu-85->
- Chantika, P. C. (2019). Pengaruh Berita Keterlambatan Maskapai Penerbangan Lion Air di Media Online Terhadap Citra Jasa Penerbangan Lion Air (Survey pada Masyarakat Pengguna Maskapai Penerbangan Lion Air di Wilayah Titi Kuning, Medan Johor).
- Darwinsyah, M. (2018). Analisa Pengaruh Strategi Komunikasi CSR Melalui Media Sosial Terhadap Reputasi Perusahaan (Studi Kasus pada Perusahaan Consumer Goods di Indonesia). *Inter Komunika*, 3(1), 59-72.
- Fandy, Tjiptono. 2007. Strategi Pemasaran. Edisi Pertama. Andi Offset, Yogyakarta.
- Fandy Tjiptono 2009, Strategi Pemasaran, edisi kedua, cetakan ketujuh, Penerbit : Andi Offset, Yogyakarta
- Fandy Tjiptono. 2012. Strategi Pemasaran, ed. 3, Yogyakarta, Andi.
- Fandy, Tjiptono. 2016. Service, Quality & satisfaction. Yogyakarta. Andi.
- Ghozali, Imam. 2009. "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS". Semarang. UNDIP.
- Ghozali, Imam. 2011. "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS". Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, Iman. 2013. Pengujian Hipotesis: Regresi Linier Berganda, Uji T, Uji F dan Uji Square (Penjelasan Lengkap). iman2ndblog.wordpress.com.
- Ghozali, Imam. 2016. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler dan Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Majid, N. (2020). Peran Reputasi Perusahaan dalam Membangun Kepercayaan Pelanggan Maskapai Penerbangan. *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, 1(2), 66-72.

- Murniati, Monika Palupi, dkk. (2013). *Alat-Alat Pengujian Hipotesis*. Semarang: Unika Soegijapranata.
- Nurgiansah, T. H. (2020). *Filsafat Pendidikan*. In *Banyumas: CV Pena Persada*.
- Nurgiansah, T. H. (2021). *Pendidikan Pancasila*. In *Solok: CV Mitra Cendekia Media*.
- Subagio, Hartono, Saputra Robin. 2012. Pengaruh Perceived Service Quality, Perceived Value, Satisfaction dan Image Terhadap Customer Loyalty (Studi Kasus Garuda Indonesia), *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 7 (5): h: 42-52.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif,kualitatif dan R & D*. Bandung : Alfabeta.
- Uma, Sekaran. 2011. *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*, Edisi 4. Jakarta: Salemba Empat.
- Wisadirana, Darsono. 2005. *Metode penelitian & pedoman penulisan skripsi untuk ilmu social*. Malang : UMM Press.
- Zulaichah, Z. (2014). Pengaruh Fasilitas Bandar Udara Terhadap Kinerja Ketepatan Waktu Maskapai Penerbangan. *Warta Ardhia*, 40(4), 223-234
- Zeithaml, V.A., M.J. Bitner, D.D. Gremler. (2013). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* 6th ed. Mc.Graw-Hill. Boston.
- Zeithaml, V. A. (1988). "Consumer perceptions of price, quality, and value: A meanend model and synthesis of evidence," *Journal of Marketing*, 52(3), pp.2-22