

PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN SALURAN DISTRIBUSI JASA MASKAPAI CITILINK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (STUDI PADA PT CITILINK INDONESIA DI BANDAR UDARA INTERNASIONAL JUANDA SURABAYA)

Meliyani isnaya¹ & Arif Fakhrudin²

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

Email: Meliyaniisnaya@gmail.com¹

Abstrak

Bandar Udara Internasional Juanda Surabaya memiliki maskapai penerbangan anak dari PT. Garuda Indonesia yang berdiri pada tahun 2001. Maskapai ini berfokus khusus perusahaan jasa layanan penerbangan berbasis low cost carrier (LCC). didorong oleh perkembangan yang terjadi khususnya dalam hal teknologi yang telah mengarahkan dunia pemasaran kepada pertumbuhan komunikasi melalui media elektronik. Kemajuan ini menunjang kehidupan masyarakat dunia, termasuk di Indonesia. jasa penerbangan merupakan pilihan utama para penumpang mengingat dapat menghemat waktu, dengan biaya yang relatif murah. tujuan dilakukannya penelitian ini untuk mengetahui adakah Pengaruh E-service Quality dan Saluran Distribusi Jasa Terhadap Kepuasan pelanggan maskapai Citilink. Metode pada penelitian ini adalah kuantitatif dengan banyaknya sampel 100 responden. hasil penelitiannya memperlihatkan bahwasannya nilai koefisien regresi dari variabel E- service Quality (X1) serta Saluran Distribusi Jasa (X2) itu memiliki pengaruh pada variabel Kepuasan pelanggan (Y) hasil penelitiannya memperlihatkan bahwasannya nilai koefisien regresi dari variabel E- service Quality (X1) serta Saluran Distribusi Jasa (X2) itu memiliki pengaruh pada variabel Kepuasan Pelanggan (Y). sehingga hipotesis dalam penelitian ini dapat dikatakan terdapat hubungan yang signifikan antara variabel variabel E- service Quality (X1) serta Saluran Distribusi Jasa (X2) memperoleh signifikan senilai $0,009 < 0,05$ serta skor thitung $2,678 > t$ tabel 1.985 dan nilai pelanggan memperoleh signifikan senilai $0,000 < 0,05$ serta skor thitung $3.958 > t$ tabel 1.985. sedangkan hasil dari f hitung $17.993 > t$ tabel 3.09 dengan nilai signifikan senilai $0,000 < 0,05$ jadi bisa ditarik kesimpulan bahwasannya terdapat pengaruh variabel variabel E- service Quality (X1) serta Saluran Distribusi Jasa (X2) secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

Kata kunci: E- service Quality, Saluran Distribusi Jasa, Kepuasan Pelanggan

Abstract

Juanda International Airport Surabaya has a subsidiary airline from PT. Garuda Indonesia was established in 2001. The airline focuses specifically on low cost carrier (LCC) based airline service companies. Driven by developments that occur, especially in terms of technology that has led the marketing world to the growth of communication through electronic media. This progress supports the lives of the world community, including in Indonesia. aviation services are the main choice of passengers considering that they can save time, at a relatively low cost. The purpose of this research is to find out whether the Influence of E-service Quality and Service Distribution Channels Towards the customer satisfaction of Citilink maskapai. The method in this study is quantitative with a large sample of 100 respondents. The results of his research showed that the regression coefficient value of the variable E-service Quality (X1) and Service Distribution Channel (X2) had an influence on the Customer Satisfaction variable (Y) the results of his research showed that the regression coefficient value of the variable E-service Quality (X1) and service distribution channel (X2) had an influence on the Customer Satisfaction variable (Y). so that the hypothesis in this study can be said to be a significant relationship between variable variable e-service Quality (X1) and Service Distribution Channel (X2) obtained significant value of $0.009 < 0.05$ and t value score $2.678 > t$ tabel 1.985 and customer value obtained significant value worth $0.000 < 0.05$ and t value score $3 > .958 > t$ tabel 1.985. there is an influence of variable variables E-service Quality (X1) and Service Distribution Channels (X2) simultaneously on Customer Satisfaction (Y).

Keywords: *E- service Quality, Service Distribution Channel, Customer Satisfaction*



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

PENDAHULUAN

Persaingan dunia bisnis semakin ketat dengan kemajuan teknologi komunikasi dan informasi. Internet membawa perubahan yang besar bagi segala aspek terutama dalam perkembangan bisnis dan pemasaran. Perubahan tersebut didorong oleh perkembangan yang terjadi khususnya dalam hal teknologi yang telah mengarahkan dunia pemasaran kepada pertumbuhan komunikasi melalui media elektronik. Kemajuan ini menunjang kehidupan masyarakat dunia, termasuk di Indonesia. Menurut APJII (Asosiasi Penyelenggaraan Jasa Internet Indonesia). Menjelaskan hasil utama dari survei pengguna Internet Indonesia 2019-2020. Data pengguna internet saat ini naik dari 64,8% dari tahun 2018. Jumlah tersebut naik 171 juta di tahun 2019 dengan penetrasi 73,7% atau naik 8,9% atau sekitar 25,5 juta pengguna. Di tahun 2018 terdapat 21 juta pengguna dan di tahun 2019-2020 terdapat kenaikan 25,5%.

Citilink Indonesia merupakan salah satu perusahaan maskapai penerbangan subsidiary PT. Garuda Indonesia yang berdiri pada tahun 2001. Persaingan ketat antara perusahaan jasa layanan penerbangan berbasis low cost carrier (LCC). Low Cost Carrier merupakan model penerbangan yang unik menerapkan strategi penurunan biaya operasional (operating cost) dan efisiensi cost. Menyederhanakan proses ticketing melalui teknologi IT dengan menggunakan tiket elektronik, beroperasi pada penerbangan berjarak pendek (point to point). salah satu pemakaian jasa digital service dalam, melayani konsumen pelayanan elektronik secara virtual dapat mengakses seluruh bandara dan armada pesawat terbang di

seluruh dunia namun faktor safety tetap dijaga untuk menjamin keselamatan penumpang. Salah satu penyedia jasa transportasi udara Low Cost yang ada di Indonesia adalah Citilink. Citilink adalah Strategic Business Unit (SBU) dari PT Garuda Indonesia.

Perkembangan industri penerbangan saat cukup memberikan perubahan dengan inovasi berbasis internet hal ini dapat dilihat internet sebagai sarana transportasi khususnya pada maskapai penerbangan dengan pengaksesan, website, situs maupun aplikasi yang menjadi kebutuhan besar bagi setiap kegiatan promosi dan penjualan tiket pada maskapai penerbangan. E-service quality didefinisikan sebagai alat instrumen untuk mendapatkan ukuran tingkat kepuasan pelanggan dari pembelanjaan, dan menyampaikan produk atau jasa. Pengukuran dilakukan dengan membandingkan antara ekspektasi jasa yang diharapkan dengan jasa yang diterima oleh customer tersebut. Dengan demikian peluang yang dilakukan oleh bisnis maskapai penerbangan adalah dengan memberikan kemudahan kepada calon penumpang atau pelanggan dalam melakukan reservasi penerbangan melalui internet. Dengan adanya E-Service Quality merupakan inovasi yang berkembang dalam kualitas pelayanan yang bertujuan mengukur kepuasan pelanggan dalam mengakses sistem elektronik. Penyaluran dengan di butuhkan distribusi jasa yang mempertegas adanya jasa yang dibutuhkan dan menetapkan harga yang layak, tahap berikutnya menentukan metode penyampaian produk/jasa ke pasar melalui rute-rute yang efektif hingga tiba pada sasaran yang tepat, dengan harapan produk/jasa tersebut berada ditenggang-

tengah kebutuhan dan keinginan konsumen.

Berdasarkan uraian yang telah ditulis dilatar belakang, maka masalah yang akan diteliti adalah: Apakah pengguna E-Service Quality berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada maskapai Citilink di Bandar Udara Internasional Juanda Surabaya? Apakah distribusi jasa berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada maskapai Citilink di Bandar Udara Internasional Juanda Surabaya? Bagaimana E-Service Quality dan distribusi jasa berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan penggunaan jasa maskapai Citilink di Bandar Udara Internasional Juanda Surabaya.

Tujuan Penelitian diantaranya untuk mengetahui apakah E-Service Quality berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada maskapai Citilink di Bandar Udara Internasional Juanda Surabaya. Untuk mengetahui apakah distribusi jasa berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada maskapai Citilink di Bandar Udara Internasional Juanda Surabaya. Untuk mengetahui E-Service Quality dan distribusi jasa berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada maskapai Citilink di Bandar Udara Internasional Juanda Surabaya.

E-Service Quality

Service Quality (kualitas pelayanan) menurut Tjiptono (2017:113) (Nurgiansah, 2021) merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan pelanggan. Service Quality (kualitas pelayanan) di pandang sebagai salah satu komponen yang perlu diwujudkan oleh suatu perusahaan, karena memiliki pengaruh untuk mendatangkan pelanggan baru dan dapat mengurangi kemungkinan pelanggan lain untuk berpindah ke perusahaan lain atau maskapai lainnya. Dengan demikian, e-

servqual mengukur bagaimana layanan yang diberikan oleh penyedia jasa dalam hal fasilitas pembelanjaan, pembelian, dan penyampaian produk dapat berlangsung secara efisien dan efektif. Menurut Wolfinbarger dan Gilly (2003) terdapat 3 dimensi e-servqual yang terdiri dari 7 perspektif perusahaan dan 2 perspektif konsumen, yaitu: Ease of use/usability (kemudahan penggunaan/kegunaan), Web design (desain situs), Reliability(keandalan), System availability (Ketersediaan system), Privacy (keamanan), Responsiveness (daya tanggap), Empathy (Empati), Experience (pengalam), dan Trust (kepercayaan).

Saluran Distribusi Jasa

Transportasi adalah suatu bentuk perpindahan yang dilakukan oleh manusia ataupun barang yang dari suatu tempat kemudian ke tempat yang lainnya dengan cara penggunaan sebuah kendaraan (mobil, motor, pesawat dan lainnya) yang digerakkan baik dari manusia itu sendiri dan juga mesin. Transportasi juga dapat diartikan sebagai suatu alat yang mempermudah manusia untuk melakukan berbagai aktivitas dan kegiatan sehari-hari.

Menurut David W. Cravens, (1996:682) (Nurgiansah, 2020) sistem distribusi adalah sumberdaya eksternal yang utama. Sistem ini sama pentingnya dengan sumberdaya internal utama lain seperti, produksi, riset, rekayasa, dan personil penjualan serta fasilitas lapangan. Sistem distribusi juga menggambarkan komitmen terhadap seperangkat kebijakan dan praktik yang merupakan bahan dasar untuk disusun menjadi suatu hubungan jangka panjang luas. saluran distribusi adalah organisasi-organisasi yang tergantung yang tercakup dalam proses yang membuat produk atau jasa menjadi tersedia untuk digunakan atau di konsumsi. Mempunyai tugas dilakukan

saluran distribusi sebagai fasilitator, artinya orang atau lembaga yang memfasilitasi kegiatan atau operasional kegiatan sehingga dapat diketahui bahwa cakupan saluran distribusi lebih kecil dari pada pemasaran.

Indikator saluran distribusi diranvang agar perusahaan mampu menciptakan strategi pemasaran yang sesuai dengan tujuan perusahaan sehingga tujuan tersebut tercapai. Indikator saluran distribusi menurut Yudhi Koesworodiati (2006:98) antara lain: Tempat, ketersediaan produk atau jasa di suatu lokasi yang nyaman bagi pelanggan potensial. Waktu, ketersediaan produk atau jasa yang diinginkan oleh seorang pelanggan. Bentuk, produk atau jasa yang diproses disiapkan dan siap dimanfaatkan serta dalam kondisi yang tepat. Bentuk Informasi, jawaban atas pertanyaan dan komunikasi umum mengenai sifat-sifat produk yang berguna serta manfaat yang tersedia.

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah hasil akumulasi dari konsumen atau pelanggan dalam menggunakan produk dan jasa. Pelanggan dapat mengatakan puas jika setelah membeli produk atau menggunakan produk tersebut, akan menyatakan kualitas produknya baik, oleh karena itu, setiap transaksi atau pengalaman baru akan memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan, Pelanggan merasa puas bila harapannya terpenuhi atau akan sangat puas bila harapan pelanggan terlampaui. Menurut irawan (2004) ada lima indikator kepuasan pelanggan yaitu: Price (Harga), Service Quality (kualitas Layanan), Product Quality (kualitas Produk), Emotional Factor (faktor emosi), Efficiency (kemudahan).

PT Citilink Indonesia

PT Citilink Indonesia, di sebut juga Citilink didirikan berdasarkan Akta NO. 01 tanggal 6 Januari 2009. Merupakan entitas anak perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) PT Garuda Indonesia (persero) Tbk, sebagai Unit Bisnis Strategis (SBU) dan difungsikan sebagai salah satu alternative penerbangan bertarif rendah di Indonesia. Sebagai bagian dari Garuda Indonesia Group. Citilink memiliki visi dan misi sendiri untuk mencapai tujuannya. menawarkan low cost yang reliable, di mana mereka dapat memokuskan high quality standard safety of security dan on time performance. Sehingga stategi Low Cost sendiri dapat dipertahankan dengan diferensiasi agar tidak mudah ditiru oleh pesaing. Dengan Outsourcing Citilink melakukan kegiatan outsourcing dalam beberapa aktifitas lainnya sehingga operasionalnya lebih efisien.

Teori Bandar Udara

Berdasarkan UU No. 1 tahun 2009 mengenai penerbangan, bandar udara (Bandara) merupakan wilayah daratan dan/atau perairan yang memiliki batas tertentu yang dipakai untuk lokasi lepas landasnya serta mendaratnya pesawat udara, boarding penumpang, bongkar muat barang, serta lokasi dan fasilitas intra serta antar transportasi dengan keamanan penerbangan, serta badan utam fasilitas dan fasilitas penunjang yang lain.

Bandar Udara Kalimantan Berau

Bandar udara (Bandara) kalimaru ialah Bandara yang ada di kecamatan teluk bayur, kabupaten Berau, Kalimantan Timur. Bandara Kalimantan sendiri didirikan pada tahun 1976 sebagai bandara perintis. fasilitas bandara kalimaru sudah di tingkatkan beberapa kali. termasuk mengubah Bandara kalimaru menjadi Bandara kelas I, dimulai dengan perbaikan landasan pacu dan peralatan navigasi.

Kantor unit pengelola bandar udara (UPBU) adalah unit pelaksana teknis di lingkungan kementerian perhubungan yang ada di bawah serta bertanggung jawab pada Dirjen perhubungan udara, sesuai dengan Permenhub No. 40 tahun 2014 yang terakhir diubah melalui Permenhub No. PM 83 tahun 2015 tentang perubahan atas Permenhub No. PM 40 tahun 2014 tentang organisasi kebandarudaraan dan tata kerja unit organisasi kebandarudaraan nabadat dari unit pengelola bandar udara (UPBU) adalah dalam kegiatan pelayanan bandar udara dan pelayanan yang berkaitan dengan Bandara, ketertiban, keselamatan, serta keamanan penerbangan di Bandara yang belum dikomersialkan. kantor unit penelora bandar udara (UPBU) ketika melaksanakan tugas beserta fungsinya yang merupakan penyelenggara wajib memberikan laporan aktivitas penyelenggara Bandara serta aktivitas penerbangan di area kerjanya pada Bandara tempat instansi yang berwenang melakukan pengaturan fungsinya.

METODE PENELITIAN

Tertuang didalam Pedoman Penulisan Skripsi Program Diploma IV Manajemen Transportasi Udara (STTKD, 2019) disebutkan bahwa desain penelitian menjelaskan atau menjebarkan tentang pendekatan yang akan digunakan dan dipakai dalam penelitian ini, terdapat pendekatan kualitatif atau kuantitatif dan diikuti sertakan beberapa alasan mengapa pendekatan ini diambil atau digunakan. Artinya perlu landasan atau acuan dalam penentuan desain penelitan ang akan digunakan.

Penelitian ini menggunakan desain penelitian Kuantitatif. Menurut Sugiyono (2019) metode penelitian kuantitatif yaitu metode penelitian yang didasarkan pada filsafat positivisme, dipakai untuk meneliti suatu populasi maupun sampel, pengumpulan datanya memakai instrumen

penelitian, sifat analisis datanya statistik ataupun berifat kuantitatif, tujuannya untuk melakukan pengujian hipotesis yang sudah ditentukan.

Populasi dan Sampel

Sugiono (2019) mengatakan bahwa populasi yaitu wilayah generalisasi yang berisikan subjek atau objek yang mempengaruhi kuantitas serta ciri-ciri tertentu yang peneliti tentukan agar ditelaah selanjutnya disimpulkan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh penumpang yang pernah menggunakan jasa penerbangan Maskapai Lion Air di Bandar Udara kalimarau berau.

Teknik sampling yang digunakan pada penelitian ini yaitu nonporbanility sampling dan purposive sampling. menurut sugiyono (2019) nonporbability sampling merupakan teknik mengambil sampel yang tak memberikan kesempatan ataupun peluang yang setara pada tiap anggota ataupun unsur populasi untuk dijadikan sampel. sementara purposive sampling merupakan teknik mengambil sampel melalui satu atau sejumlah pertimbangan.

Penelitian ini dilakukan kepada penumpang yang pernah menggunakan jasa penerbangan maskapai lion air di bandar udara kalimarau berau, dengan kriteria berumur mulai dari 17 tahun dan jug penumpang atau pengunjung tersebut pernah memakai layanan penerbangan maskapai lion air di bandar udara kalimarau berau tudak hanya satu kali.

Teknik Pengumpulan Data

Sugiyono (2019) mengatakan bahwa angket ataupun kuesioner adalah teknik menghimpun data yang dilaksanakan melalui pemberian sejumlah pernyataan atau pertanyaan tertulis pada responden untuk dijawab. koesioner adalah teknik menghimpun data yang efisien jika peneliti mengetahui variabel yang ingin dilakukan pengukuran serta

mengetahui apa yang diinginkan dari responden. Di samping itu, angket pun sesuai untuk dipakai jika total respondennya termasuk banyak serta sebarannya luas. Skala Likert digunakan sebagai skala penilaian sebagai dasar pembuatan angket. Penggunaan Skala Likert agar dapat melakukan pengukuran terhadap persepsi, pendapat, serta sikap seorang individu atau kelompok mengenai fenomena sosial (sugiyono, 2019). Dalam penelitian ini skala likert digunakan untuk melakukan pengukuran setiap tanggapan yang diberikan oleh responden dalam bentuk skor.

Tabel 1. Skala Likert

Skor	jawaban
5	sangat setuju
4	Setuju
3	Netral
2	tidak setuju
1	sangat tidak setuju

sumber : sugiyono (2019)

Studi pustaka

Studi pustaka penelitian ini diperoleh dari artikel penelitian yang sebelumnya pernah diteliti, buku dan website yang berisi referensi-referensi yang dapat membantu dalam penelitian ini. studi pustaka ini dilakukan dengan cara mempelajari juga mengambil rujukan yang

memiliki relevansi terhadap penelitian yang dilakukan agar didapatkan data yang bisa dipakai untuk memperkuat dasar pada pembahasan masalah dalam penelitian ini.

Dokumentasi

Dokumentasi yang digunakan agar memperkuat penelitian ini yaitu berupa foto - foto saat penelitian menyebarkan kuesioner di tempat penelitian.

Teknik analisis data

Menurut sugiyono (2019) analisis data adalah aktivitas sesudah data dari keseluruhan responden ataupun sumber data lainnya terkumpulkan. Dalam penelitian ini teknik analisis data yang akan digunakan yaitu:

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Instrument penelitian

Sugiyono (2019) mengatakan bahwa instrumen penelitian merupakan sebuah alat yang dipakai untuk melakukan pengukuran fenomena sosial ataupun yang diteliti. Spesifiknya seluruh fenomena tersebut dinamakan sebagai variabel penelitian. Berikut adalah tabel instrumen kuesioner tentang kisi - kisi kuesioner dari setiap variabel yang ditentukan :

Tabel 2. Instrumen Penelitian

NO.	Variable Penelitian	Indikator	No. Item
1.	Pengaruh <i>E-Service Quality</i> maskapai Citilink (Variabel X1)	Kemudahan pengguna (<i>Ease of Use</i>)	1. Akses mudah dalam membaca dan memahami situs yang di berikan oleh maskapai citilink ?
		Desain situs (<i>Website design</i>)	2. Situs menyediakan informasi ang lengkap dan tepat ?
		Keandalan (<i>Reliability</i>)	3. Apa pemberian pelayanan terhadap konseumen secara cepat, tanggap dan prosedur pengadministrasian yang tidak sulit
		Ketersediaan Sistem (<i>System availability</i>)	4. Mengijinkan seluruh transaksi di selesaikan secara online ?
		Privasi (<i>Privacy</i>)	5. Komunikasi dan privasi khusus antara konsumen dan perusahaan, situs aman serta informasi konsumen dilindungi ?
		Responsif (<i>Responsiveness</i>)	6. System pelayanan tidak berbelit belit
		Empati (<i>Empathy</i>)	7. Sangat peduli dan memperhatikan kepetingan konsumen
		Pengalaman (<i>Experience</i>)	8. Kesan positif dari setiap transaksi dengan perusahaan
		Kepercayaan (<i>Trust</i>)	9. Pembelian dan proses pembayaran yang

1.	Pengaruh Saluran Distribusi Jasa maskapai Citilink (Variabel X2)	Tempat	aman 10. Penyediaan transportasi dan lokasi yang aman dan nyaman
		Waktu	11. Apakah penyedia rute selalu ada dan tepat sesuai dengan jadwal penerbangan ?
		Bentuk	12. Bagaimana proses loading pesawat dengan baik (persediaan makanan/logistic. Kebersihan pesawat, keamanan, dll)
		Informasi	13. Apakah pertanyaan komunikasi umum terhadap fasilitas transportasi disampaikan secara tepat oleh perusahaan maskapai Citilink ?
2.	Kepuasan Pelanggan (Variabel Y)	Price (Harga)	14. Apakah harga tiket maskapai Citilink sesuai dengan daya beli masyarakat
		Service Quality (Kualitas Layanan)	15. Penyimpanan informasi dan pengaksesan serta penggunaan aplikasi atau situs website dengan cepat tepat dan aman
		Product Quality (Kualitas Produk)	16. Apakah konsumen puas dengan pelayanan dan fasilitas jasa maskapai Citilink
		Emotional Factor (Faktor Emosi)	17. Apakah kualitas produk yang diberikan kepada konsumen sesuai dengan apa yang di harapkan oleh konsumen
		Efficiency (Kemudahan)	18. Apakah melalui internet dapat memberikan solusi dan transaksi yang baik terhadap pelayanan maskapai Citilink

Uji instrument

a. Uji Validitas

Menurut Ghazali (2011) sebuah angket dapat dianggap valid apabila pernyataan dalam angket memiliki kemampuan untuk mengungkap hal yang diukur oleh angket tersebut. Untuk mengetahui validitas angket maka, peneliti memakai ketentuan rumus product

moment dengan tingkat signifikan sebesar 5% sehingga perbandingan nilai r_{hitung} terhadap r_{tabel} . Apabila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ = valid sedangkan apabila nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$ = tidak valid. Berikut hasil pengujian validitas dari variabel persepsi harga (X1), variabel nilai pelanggan (X2), dan variabel loyalitas pelanggan (Y) :

Table 3. Hasil Uji Validasi E-Service Quality (Variabel X1)

Pertanyaan	Variabel X1	Rxy	R Tabel	Keterangan
X1.1	<i>E-Service Quality</i>	0,375	0,374	VALID
X1.2		0,683	0,374	VALID
X1.3		0,590	0,374	VALID
X1.4		0,438	0,374	VALID
X1.5		0,624	0,374	VALID
X1.6		0,522	0,374	VALID
X1.7		0,400	0,374	VALID
X1.8		0,611	0,374	VALID
X1.9		0,404	0,374	VALID

Tabel 4. Hasil Uji Saluran Distribusi Jasa Validasi (X2)

Pertanyaan	Variabel X2	Rxy	R Tabel	Keterangan
X2.10	Saluran Distribusi Jasa	0,589	0,374	VALID
X2.11		0,266	0,374	TIDAK VALID
X2.12		0,536	0,374	VALID
X2.13		0,532	0,374	VALID

Tabel 5 Hasil Uji Validasi Kepuasan Pelanggan (Y)

Pertanyaan	Variabel Y	Rxy	R Tabel	Keterangan
Y.14	Kepuasan Pelanggan	0,663	0,374	VALID
Y.15		0,533	0,374	VALID

Y16		0,500	0,374	VALID
Y.17		0,565	0,374	VALID
Y.18		0,594	0,374	VALID

Kesimpulan: Jadi dari sampel di atas terdapat satu buah butir pertanyaan tidak valid pada pertanyaan nomor 11 maka, pertanyaan tersebut tidak digunakan atau dibuang pada sampel data diatas dengan jumlah 30 responden dan 23 pertanyaan, berdasarkan hasil perhitungan tersebut $r_{tabel} < r_{hitung}$ dengan taraf signifikan 5%.
 $R_{tabel} = N - 2$
 $= 30 - 2 = 28$
 $R_{tabel} 28,5\% = 0,374$

b. Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2011) Hasil dari pengukuran tersebut harus reliabel yang dapat diartikan harus mempunyai taraf kemantapan serta konsistensi, metode yang dipakai untuk mengukur reabilitas kuesioner adalah dengan metode Cronbach's Alpha. Jika skor Cronbach's Alpha $> 0,60$ artinya angket ataupun kuesioner dianggap konsisten ataupun reliable. Dan apabila skor Cronbach's Alpha $< 0,60$ artinya angket ataupun kuisisioner dianggap tak konsisten atau tak reliable.

Tabel 6. Hasil Uji Reliabelitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.783	17

Dari tabel output uji reliabilitas diatas di ketahui ada *N of items* (banyaknya item atau butir pertanyaan angket) terdapat 17 buah *item* dengan nilai *Cronbach's Alpha* $0,783 > 0,60$ maka bagaimana dasar pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas diatas dapat di simpulkan bahwa ke 17 atau semua item pertanyaan angket untuk variabel Pengaruh *E Service Quality* dan Saluran Distribusi Jasa Maskapai Citilink Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada PT. Citilink Di

Bandar Udara Internasional Juanda Surabaya)" adalah Reliabilitas tinggi.

Uji hipotesis

a. Uji Regresi Linier Berganda

Dalam penelitian ini, peneliti memakai analisis regresi linier berganda. Yang merupakan analisis yang dipakai untuk melihat apakah terdapat ketergantungan antar satu variabel terikat (dependen) pada satu variabel bebas (independen) ataupun lebih (Ghozali, 2016).

b. Uji Parsial (Uji T)

Pada dasarnya pengujian statistik t memperlihatkan seberapa besar keberpengaruhannya salah satu variabel penjelas (bebas) untuk menerangkan variasi variabel terikat (ghozali, 2016).
 Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ ataupun skor sig $< 0,05$ artinya H_0 ditolak sedangkan H_a diterima (berpengaruh)
 Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ ataupun skor sig $< 0,05$ artinya H_0 diterima sedangkan H_a ditolak (tidak berpengaruh)

c. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Pengujian F dipakai untuk melihat keberpengaruhannya secara simultan dari variabel bebas pada variabel terikat (ghozali, 2016).
 Apabila $f_{hitung} > f_{tabel}$ ataupun skor sig $< 0,05$ artinya H_0 ditolak sedangkan H_a diterima (berpengaruh)
 Apabila $f_{hitung} < f_{tabel}$ ataupun skor sig $< 0,05$ artinya H_0 diterima sedangkan H_a ditolak (tidak berpengaruh)

d. Koefisien Determinasi

menurut ghazali (2016) fungsi dari koefisien determinasi (R^2) adalah untuk mengetahui seberapa jauh kesemua variabel bebas mampu menerangkan

variabel terikat. bila skor koefisien determinasinya semakain besar, artinya dapat dinyatakan bahwa keberpengaruhan variabel bebas pada variabel terikat makin kuat.

Pengujian hipotesis

1. Uji Regresi Linier Berganda

Pengujian analisis regresi linier berganda pada penelitian ini diperlukan untuk melihat sebesar apa

keberpengaruhan variabel independen pada variabel dependen. Dengan melakukan pengujian ini dapat diketahui apakah ada pengaruh secara signifikan dari variabel X1 (persepsi harga) serta variabel X2 (nilai pelanggan) pada variabel Y (loyalitas pelanggan) di Bandar Udara Kalimantan Berau.

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 7. Uji Regresi

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.696	1.741		5.569	.000
	VAR_X1	.123	.046	.251	2.678	.009
	VAR_X2	.490	.124	.371	3.958	.000
a. Dependent Variable: VAR_Y						

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat nilai konstanta (nilai a) sebesar 9,696 dan untuk E-Service Quality (X1) nilai (β) sebesar 0,123 sementara Saluran Distribusi Jasa 0,490. Sehingga dapat diperoleh persamaan linier berganda sebagai berikut :

$$Y = 9,696 (Y) + 0,123 (X1) + 0,490 (X2) + e$$

Yang berarti :

1. nilai konstanta kepuasan konsumen (Y) sebesar 9,696 yang menyatakan jika variabel X1,X2 sama dengan nol yaitu E-Service Quality, Saluran Distribusi Jasa maka Kepuasan Pelanggan adalah sebesar 9,696.
2. Koefiensi E-Service Quality (X1) 0,123 berarti bahwa setiap terjadi peningkatan variabel X1 sebesar 1% maka Kepuasan pelanggan meningkat sebesar 0,123

(12,3%) atau sebaliknya setiap terjadi penurunan variabel X1 sebesar 1% maka Kepuasan Pelanggan menurun 0,123 (12,3%).

3. Koefiensi Saluran Distribusi Jasa (X2) 0,490 berarti bahwa setiap terjadi peningkatan variabel X2 sebesar 1% maka Kepuasan pelanggan meningkat sebesar 0,490 (49%) atau sebaliknya setiap terjadi penurunan variabel X2 sebesar 1% maka Kepuasan Pelanggan menurun 0,490 (49%)

Uji Parsial (Uji T)

Pengujian t dalam penelitian ini dilaksanakan untuk melihat sebesar apa keberpengaruhan variabel X (bebas) pada variabel Y (terikat).

Tingkat kepercayaan uji hipotesis =95%, α = 0,05

Tabel 8. Uji Parsial

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.696	1.741		5.569	.000
	VAR_X1	.123	.046	.251	2.678	.009
	VAR_X2	.490	.124	.371	3.958	.000

a. Dependent Variable: VAR_Y

Rumus t_{tabel}

$$t = t(\alpha/2 ; n - k - 1) = t(0,025 ; 97) = 1,985$$

a) pengaruh *E-Service Quality* (X1) kepada Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan tabel output di atas diketahui nilai signifikansi (SIG) variable *E-Service Quality* (X1) adalah sebesar 0.09 karena nilai signifikan $0.09 > 0.05$, serta skor $t_{hitung} 2,678 > t_{tabel} 1.985$, maka dapat disimpulkan bahwa H1 atau Hipotesis pertama berdampak negatif. Artinya tidak ada pengaruh *E-Service Quality* (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

b) Pengaruh Saluran Distribusi Jasa (X2) kepada Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan tabel output di atas diketahui nilai signifikansi (SIG) variabel saluran Distribusi Jasa (X2) adalah sebesar 0,00 karena nilai signifikansi $0,00 < 0,05$ serta skor $t_{hitung} 2,958 > t_{tabel} 1.985$ maka dapat disimpulkan bahwa H1 atau hipotesis pertama diterima. Artinya terdapat pengaruh Saluran Distribusi Jasa (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji f dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel X (independen) terhadap variabel Y (dependen) secara simultan atau bersama-sama.

Tabel 9. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	71.381	2	35.690	17.993	.000 ^b
	Residual	192.409	97	1.984		
	Total	263.790	99			
a. Dependent Variable: VAR_Y						
b. Predictors: (Constant), VAR_X2, VAR_X1						

Berdasarkan tabel diatas, diketahui nilai Sig F sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung 17.993, maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji F dapat disimpulkan bahwa Hipotesis diterima atau dengan kata lain *E-service Quality* (X1) dan Saluran Disribusi Jasa (X2) secara

simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada maskapai citilink di Bandar Udara Juanda Internasional Surabaya.

Koefisien diterminan R

Tabel 10.

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.520 ^a	.271	.256	1.408
a. Predictors: (Constant), VAR_X2, VAR_X1 sumber : Data diolah peneliti, (2021)				

Berdasarkan tabel output SPSS diatas, diketahui nilai koefisien determinasi atau R square adalah sebesar 0,271. Nilai square 0,271 ini berasal dari

pengkuadratan nilai koefisien korelasi atau "R" yaitu $0,520 \times 0,520 = 0,271$. Besarnya angka koefisien determinasi (R square) adalah 0,271 atau sama dengan 27,1%.

Angka tersebut mengandung arti bahwa variabel *E-service Quality* (X1) dan Variabel Saluran Distribusi Jasa (X2) secara simultan bersama-sama berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 27,1%

Pembahasan

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *E-Service Quality* dan saluran distribusi jasa terhadap kepuasan pelanggan di Bandar Udara Internasional Juanda Surabaya, Pada penelitian ini menggunakan 3 variabel yang terdiri dari 2 independen yaitu *E-Service Quality* (X1), Saluran Distribusi Jasa (X2) dan 1 variabel dependen yaitu Kepuasan Pelanggan (Y). data yang didapatkan dari hasil penelitian, diolah menggunakan aplikasi IBM SPSS statistics dengan menggunakan perhitungan uji regresi linier berganda yang dimana uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Hasil dari pengolahan data dengan menggunakan aplikasi IBM SPSS statistics 25 dengan uji regresi linier berganda memperlihatkan bahwa variabel yaitu *E-Service Quality* (X1), terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) yakni $0,09 > 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 2,678 > t_{tabel} 1,985$, sehingga dapat disimpulkan maka dapat disimpulkan bahwa H1 atau Hipotesis pertama berdampak negatif. Artinya tidak ada pengaruh *E-Service Quality* (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Saluran Distribusi Jasa (X2), sebesar $0,000$ karena nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ serta skor $t_{hitung} 2,958 > t_{tabel} 1,985$ maka dapat disimpulkan bahwa H1 atau hipotesis pertama diterima. Artinya terdapat pengaruh Saluran Distribusi Jasa (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

Hasil dari pengolahan data menggunakan aplikasi IBM SPSS statistic

dapat diketahui bahwa nilai signifikansi untuk pengaruh *E-Service Quality* (X1), Saluran Distribusi Jasa (X2), secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) yaitu sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $f_{hitung} 17,993 > f_{tabel} 3,09$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh variabel *E-Service Quality* (X1), Saluran Distribusi Jasa (X2), secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan di makaspai citilink di Bandar Udara Internasional Juanda Surabaya. Sebesar 27,1%

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan juga pembahasan yang telah penulis lakukan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan yaitu: Tidak terdapat pengaruh yang *E-Service Quality* (X1) adalah sebesar $0,009$ karena nilai signifikan $0,009 > 0,05$, serta skor $t_{hitung} 2,678 > t_{tabel} 1,985$, maka dapat disimpulkan bahwa H1 atau Hipotesis pertama berdampak negatif. Artinya tidak ada pengaruh *E-Service Quality* (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

Terdapat pengaruh antara variabel saluran Distribusi Jasa (X2) adalah sebesar $0,000$ karena nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ serta skor $t_{hitung} 2,958 > t_{tabel} 1,985$ maka dapat disimpulkan bahwa H1 atau hipotesis pertama diterima. Artinya terdapat pengaruh Saluran Distribusi Jasa (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

Terdapat pengaruh *E-Service Quality* (X1) dan variabel Saluran Distribusi Jasa (X2) secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) di makaspai citilink di Bandar Udara Internasional Juanda Surabaya, hal ini dapat dibuktikan dari hasil uji t (uji parsial) diketahui nilai Sig F sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung $17,993 > t_{tabel} 3,09$ dengan tingkat kepuasan sebesar 27,1%, maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji F dapat disimpulkan bahwa Hipotesis diterima atau dengan kata lain *E-*

service Quality (X1) dan Saluran Distribusi Jasa (X2) secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada

maskapai citilink di Bandar Udara Juanda Internasional Surabaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Amir, M Taufiq. 2005. *Dinamika Pemasaran: Jelajahi dan Rasakan*. Jakarta:Raja _____ Grafindo Persada.
- Assauri, Sofjan, Prof, Dr, MBA. 2013. *Strategic Marketing Sustaining Lifetime _Customer Value*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- David W. *Cravens, Pemasaran Strategis Edisi Keempat Jilid 2*, (Jakarta: Erlangga. __1996),682.
- Evita Rahayu. 2018. "Pengaruh E-Service Quality terhadap E-Customer Satisfaction _dan E-Customer Loyalty pada Toko Online Shopee (Studi Kasus pada _Pengguna Toko Online Shopee)". Jakarta
- Handi, Irawan. 2004. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Cetakan Kelima.Jakarta : Elex _Media Komputindo.
- Kanduloati, S., & Shekhar Bellamkonda, R. (2014). E-service quality: a study of _____online shoppers in India. *American Jurnal Of Businness* 29(2), 178-188
- Kotler dan keller, *Manajemen Pemasaran*, edisi 12, Jilid 1 (Jakarta : PT. INDEKS, _____2007), 82.
- Ladhari, Riadh. 2010. *Developing e-service quality scales : a literature review. Journal of Retailing and Customer Service* 17 pp.464-477.
- Nurgiansah, T. H. (2020). *Filsafat Pendidikan*. In *Banyumas: CV Pena Persada*.
- Nurgiansah, T. H. (2021). *Pendidikan Pancasila*. In *Solok: CV Mitra Cendekia Media*.
- Parasuraman. 2005 *Journal Of Service Research* "E-S-Qual: A Multiple-Item Scale ___for Assessing Electronic Service Quality". Miami.
- PT Citilink Indonesia <https://www.citilink.co.id/docs/default-source/default-document-library/annual-report-2019-pt-citilink-indonesia.pdf>
- PT.Citilink Indonesia. 2013. HIN (Handling Information Notice) Citilink nomor _____006/062013. Subject Check List Briefing Station Handling. Jakarta Citilink, Buku RKAP Tahun 2018
- Surve APJII (Asosiasi Penyelenggaraan Jasa Internet Indonesia).(2020). https://www.kominfo.go.id/content/detail/30653/dirjen-ppi-survei-penetrasi-pengguna-internet-di-Indonesia-bagian-penting-dari-transformasi-digital/0/berita_satker. Diakses pada tanggal 17 Agustus 2021
- Sensus penduduk.(2020). <https://setkab.go.id/hasil-sensus-penduduk-2020-bps-meski-lambat-ada-pergeseran-penduduk/>. Diakses pada tanggal 17 Agustus _____2021
- Soesilo, Nining I. (1999). *Ekonomi Perencanaan dan Manajemen Kota*. Jakarta. _____Magister Perencanaan dan Kebijakan Publik Universitas Indonesia.
- Saladin Djaslim, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Keempat, (Bandung : 2006) ,154.
- V. Wiratna Sujawarni, (2014 : 93).
- Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: ___Alfabeta, 2012), 243
- _____(2014). *Metode penelitian kuantitatif dan R&D* Bandung : Alfabeta
- _____(2016). *Metode penelitian kuantitatif dan R&D* Bandung : Alfabeta
- Tjiptono, Fandy, Ph.D. (2017),201. *Service, Quality dan Satisfaction*. Edisi Keempat. _____Yogyakarta: Penerbit Andi Yogyakarta.

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J dan Gremler, D.D (2009), *Service Marketing : _____integrating Customer Focus Across The Firm, 5th Edition*, New York : _McGraw-Hill.