

## Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan In-Flight Service dan Harga Terhadap Minat Pembelian Ulang Tiket Pada Maskapai Batik Air di Bandar Udara Internasional Achmad Yani Semarang

Muhammad Fahrio Hafizhi<sup>1</sup> Andi Syaputra<sup>2</sup>

Program Studi Manajemen Transportasi Udara, Sekolah Tinggi Teknologi Kedirgantaraan Yogyakarta, Kabupaten Bantul, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, Indonesia<sup>1,2</sup>

Email: [muhammadfahrio192@gmail.com](mailto:muhammadfahrio192@gmail.com)<sup>1</sup> [andi.syaputra@sttkd.ac.id](mailto:andi.syaputra@sttkd.ac.id)<sup>2</sup>

### Abstrak

Penelitian ini bermaksud untuk menganalisis antara variabel kualitas pelayanan dan harga terhadap minat pembelian ulang tiket pada maskapai Batik Air di Bandar Udara Internasional Achmad Yani Semarang. Jumlah sampel yang dilakukan dalam penelitian ini sebanyak 110 responden yang dikumpulkan melalui penyebaran kuisioner yang disebarakan kepada penumpang yang melakukan perjalanan menggunakan maskapai Batik Air minimal dua kali. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Pengujian hipotesis menggunakan uji regresi linear berganda, uji F, uji T yang bermaksud untuk mengetahui secara parsial dan simultan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dengan tingkat kepercayaan  $\alpha=0,05\%$ . Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap minat pembelian ulang tiket pada maskapai Batik Air

**Kata Kunci:** Kualitas Pelayanan, Pembelian Ulang, dan Maskapai Batik Air

### Abstract

*This study aims to analyze the service quality and price variables on the intention to repurchase tickets on Batik Air airline at Achmad Yani International Airport, Semarang. The number of samples in this study were 110 respondents which were collected through the distributed of questionnaires given to passengers who traveled using Batik Air airline at least twice. The method used in this study is a quantitative method and hypothesis testing using multiple linear regression test, F test, T test which aims to determine partially and simultaneously the effect of the independent variable on the dependent variable with a confidence level of = 0,05%. The results of this study also show that the quality of service and price affect the intention to repurchase tickets on Batik Air airline.*

**Keyword:** service quality, purchase ticket and Batik Air airline



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

### PENDAHULUAN

Dalam kehidupan sehari-hari transportasi salah satu faktor yang menjadikan alternatif atau hal penting yang berkaitan dengan waktu. Transportasi dijadikan sebagai jembatan perkembangan dari suatu wilayah hingga ke dunia luas, perkembangan pada sistem transportasi pada masa ini telah dijadikan perhatian khusus dari berbagai sudut pandang. Batik Air merupakan anak perusahaan dari Lion Air yang menawarkan pelayanan *full service* dengan menargetkan segmen *high class flight* namun menawarkan harga yang lebih bersahabat dibandingkan dengan maskapai penerbangan dengan pelayanan *full service* lainnya.

Beberapa cara yang mampu menarik perhatian konsumen dan membuat konsumen loyal terhadap sebuah maskapai penerbangan adalah dengan cara memperhatikan kualitas layanan penerbangan, jika Batik Air mampu menjaga kualitas layanannya maka pelanggan akan puas pada pelayanan Batik Air. Tjipto (2014) berpendapat bahwa kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya

untuk mengimbangi harapan konsumen. Menurut Tjiptono (2014) merumuskan bahwa kualitas pelayanan dibagi menjadi lima indikator yaitu: *Tangible* (Berwujud), *Reliability* (Kehandalan), *Responsiveness* (Ketanggapan), *Assurance* (Jaminan), dan *Empathy* (Empati).

Harga merupakan salah satu penentuan keberhasilan suatu perusahaan karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan dari penjualan produknya baik berupa barang maupun jasa (Winahyu, 2012). Semakin terjangkau harga dari suatu produk yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumen, maka semakin besar pilihan konsumen akan memilih produk tersebut untuk dibeli. Minat pembelian ulang (*repurchase intention*) adalah keinginan untuk kembali membeli suatu produk/jasa karena kepuasan yang diperoleh dari produk/jasa tersebut. Menurut Ferdinand (2002) dalam Saidin dan Arifin (2012), minat pembelian ulang memiliki empat dimensi yaitu: Minat Eksploratif, Minat Referensial, Minat Transaksional, dan Minat Preferensial.

Berdasarkan latar belakang permasalahan tersebut, serta peneliti ingin menganalisis minat pembelian ulang tiket pada maskapai Batik Air, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan *In-Flight Service* Dan Harga Terhadap Minat Pembelian Ulang Tiket Pada Maskapai Batik Air Di Bandar Udara Internasional Achmad Yani Semarang".

## METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini metode yang digunakan yaitu metode kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017) metode penelitian kuantitatif dapat 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. Populasi dalam penelitian ini yaitu para penumpang maskapai Batik Air yang pernah menggunakan jasa maskapai tersebut minimal dua kali.

Menurut Sugiyono (2017) memberikan saran tentang ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500 responden. Sampel dalam penelitian ini adalah para penumpang maskapai Batik Air dengan minimal melakukan penerbangan dua kali di Bandar Udara Internasional Achmad Yani Semarang sebanyak 110 responden. Dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis *purposive Sampling* yaitu teknik penentuan sampel yang didasarkan pada pertimbangan peneliti mengenai sampel-sampel mana yang paling sesuai, bermanfaat dan dianggap dapat mewakili suatu populasi (*representatif*). Supaya data yang telah dikumpulkan dapat dilihat sebagaimana mestinya, maka data tersebut diolah menggunakan aplikasi program SPSS 22.0. kemudian digunakan *skala likert* yang pengukurannya sebagai berikut:

**Tabel 1 Rincian Skala Likert**

Pilihan Jawaban	Skor
Sangat Tidak Setuju	1
Kurang Setuju	2
Tidak Setuju	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

Selanjutnya peneliti melakukan studi pustaka yaitu sebuah langkah yang penting dimana peneliti menetapkan topik penelitian langkah selanjutnya adalah melakukan kajian yang berkaitan dengan teori, penelitian akan mengumpulkan informasi sebanyak-banyaknya dari pustaka yang berhubungan. Sumber-sumber pustaka dapat diperoleh dari buku, jurnal, hasil-

hasil penelitian, serta sumber lainnya yang relevan. Maka segera untuk disusun secara teratur untuk dipergunakan dalam penelitian.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

#### Deksripsi Data Penelitian

Sebelum melakukan pembahasan pada penelitian ini, peneliti melakukan ada atau tidaknya hubungan dari aspek persepsi harga terhadap pengguna jasa yang mempengaruhi minat pembelian ulang tiket pada maskapai Batik Air di Bandar Udara Internasional Achmad Yani Semarang. Subjek atau responden dari penelitian ini yaitu para pengguna jasa yang pernah melakukan jasa penerbangan maskapai Batik Air di Bandar Internasional Achmad Yani Semarang. Penelitian ini dilakukan dari bulan Oktober 2021.

#### Hasil Uji Validitas

Kuisisioner penelitian ini yang disebarkan kepada responden yang pernah menggunakan pelayanan penerbangan maskapai Batik Air di Bandar Udara Achmad Yani Semarang sebanyak 110 formulir. Dari 28 pertanyaan dan kemudian peneliti melakukan pengujian validitas terhadap setiap butir pertanyaan. Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuisisioner. Uji validitas diolah menggunakan aplikasi IBM SPSS Statistic 22.0. ketentuan validasi instrumen diukur berdasarkan kriteria validitas jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel maka instrumen dinyatakan valid. Tetapi jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel maka instrumen dinyatakan tidak valid.

Pada penelitian ini dilakukan pre-test terhadap kuisisioner sebelum diserahkan kepada masing-masing responden. Jumlah pada sampel pre-test ini berjumlah 32 responden.

1. Variabel X1 = Kualitas Pelayanan
2. Variabel X2 = Harga
3. Variabel Y = Minat Pembelian Ulang

Pengujian validitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 2. Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X1)**

Pernyataan	r hitung	r tabel	Kriteria
X1	0,822	0,338	Valid
X2	0,822	0,338	Valid
X3	0,894	0,338	Valid
X4	0,727	0,338	Valid
X5	0,873	0,338	Valid
X6	0,852	0,338	Valid
X7	0,874	0,338	Valid
X8	0,853	0,338	Valid
X8	0,805	0,338	Valid
X10	0,553	0,338	Valid

Sumber : Diolah Oleh Peneliti (2022)

**Tabel 3. Uji Validitas Variabel Harga (X2)**

Pernyataan	r hitung	r tabel	Kriteria
X11	0,771	0,338	Valid
X12	0,867	0,338	Valid
X13	0,872	0,338	Valid
X14	0,865	0,338	Valid
X15	0,885	0,338	Valid

X16	0,852	0,338	Valid
X17	0,849	0,338	Valid
X18	0,875	0,338	Valid
X19	0,752	0,338	Valid
X20	0,834	0,338	Valid

Sumber : Diolah Oleh Peneliti (2022)

**Tabel 4. Uji Validas Variabel Minat Pembelian Ulang (Y)**

Pernyataan	r hitung	r tabel	Kriteria
Y 21	0,841	0,338	Valid
Y 22	0,760	0,338	Valid
Y 23	0,908	0,338	Valid
Y 24	0,733	0,338	Valid
Y 25	0,776	0,338	Valid
Y 26	0,911	0,338	Valid
Y 27	0,844	0,338	Valid
Y 28	0,762	0,338	Valid

Sumber : Diolah Oleh Peneliti (2022)

### Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas kuisioner dihitung menggunakan rumus *ronbach's Alpha*. Uji reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suau alat ukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Pengukuran uji rellibilitas pada penelitian in menggunakan aplikasi *IBM SPSS statistic 22.0* pengujian reliabilitas kuisioner ini dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas**

No	Variabel	Nilai Crombach's Alpha	kriteria
1	Kualitas Pelayanan	0,883	Reliabel
2	Harga	0,899	Reliabel
3	Minat Pembelian Ulang	0,885	Reliabel

Sumber : Diolah Oleh Peneliti (2022)

Dari tabel 5 hasil uji reliabilitas diatas merupakan tabel dengan hasil dimana semua butir pertanyaan dari setiap variabel adalah reliabel karena memiliki nilai *Crombatch's Alpha* > 0,60 sehingga dapat dinyatakan bahwa semua dari pertanyaan dari kuisioner adalah valid dan reliabel.

### Hasil Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui kebenaran dari hipotesis yang dibuat dan mendapatkan jawaban atas rumusan masalah yang telah diidentifikasi. Uji hipotesis digunakan untuk mengetahui adakah hubungan antara variabel bebas kualitas pelayanan (X1) dan harga (X2) terhadap variabel terikat Minat pembelian ulang tiket (Y) di Banda Udara Internasional Achmad Yani Semarang. Uji hipotesis dalam penellitian ini menggunakan aplikasi *IBM SPSS statistic 22.0*

### Hasil Uji Hipotesis

#### Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil uji regresi linear berganda pada penelitian ini dilakukan untuk mengetahui adanya pengaruh positif antara variabel bebas kualitas pelayanan dan harga terhadap variabel terikat yaitu minat pembelian ulang tiket pada maskapai Batik Air di Bandar Udara Internasional Achmad Yani Semarang. Hasil uji regresi linear berganda pada penelitian ini didasarkan pada

rekap jawaban responden yang diperoleh dari penyebaran kuisisioner yang diberikan kepada para pengguna jasa maskapai penerbangan Batik Air sebanyak 110 orang. Diketahui hasil uji regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

a. Variabel *Entered/Removed*

Variabel *Entered/Removed* bertujuan untuk memberkan informasi terkait dengan variabel dengan metode yang digunakan adalah sebagai berikut:

**Tabel 6. Variabel *Entered/Removed***

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	HARGA (X2), KUALITAS PELAYANAN (X1) <sup>b</sup>		Enter
a. Dependent Variable: MINAT PEMBELIAN ULANG (Y)			
b. All requested variables entered.			

Sumber : Diolah Oleh Peneliti (2022)

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat diketahui bahwa variabel independen kualitas pelayanan (X1), Harga (X2) dan variabel minat pembelian ulang tiket (Y). Analisis regresi linear menggunakan metode *enterved*, dimana tidak ada variabel yang dibuang sehingga pada kolom variabel *enterved* tidak ada angka atau kosong.

b. Uji Annova

Pengujian anova pada penelitian ini bermaksud untuk mengetahui nilai F hitung yang kemudian akan dilihat dan dibandingkan dengan nilai F tabel, Adapun hasil dari pengujian anova pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

**Tabel 7. Output Anova**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1298.582	2	649.291	136.552	.000 <sup>b</sup>
	Residual	508.773	107	4.755		
	Total	1807.355	109			
a. Dependent Variable: Minat Pembelian Ulang (Y)						
b. Predictors: (Constant), Harga (X2), Kualitas Pelayanan (X1)						

Sumber : Diolah Oleh Peneliti (2022)

Dari hasil tabel diatas menunjukkan bahwa consant dari output annova adalah variabel independen X1 ( kualitas pelayanan) dan X2 (Harga). Berdasarkan tabel diatas bahwa diketahui jumlah n = 100, dengan nilai *degress off freedom* = k-1 (3-1=2) dn df = n-k (110-3 = 107). Maka nilai probabilitas (signifikan) adalah 0,000 dengan nilai F hitung sebesar 136.552

c. Koefisien Regresi

Koefisen regresi dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dari variabel Y (minat pembelian ulang) yang disebabkan atau dipengaruhi oleh variabel X1 (kualitas pelayanan) dan variabel X2 (harga). Adapun hasil dari koefisien regresi dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

**Tabel 8. Koefisien Regresi**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

1	(Constant)	3.070	2.076		1.479	.142
	Kualitas Pelayanan (X1)	.125	.076	.134	1.645	.103
	Harga (X2)	.598	.066	.739	9.063	.000
a. Dependent Variable: Minat Pembelian Ulang (Y)						

Sumber : Diolah Oleh Peneliti (2022)

Berdasarkan hasil dari tabel *coefficients* diatas, maka model dari regresi pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y = 3,070 + 0,125 (X1) + 0,598 (X2) + e$$

Berdasarkan pertanyaan diatas, maka dapat diketahui bahwa konstanta menunjukkan angka sebesar 3,070, hal tersebut mengandung arti bahwa rata-rata variabel minat pembelian ulang tiket pada maskapai penerbangan Batik air di Bandar Udara Internasional Jendral Achad Yani Semarang adalah 3,070

Koefisien regresi pada variabel kualitas pelayanan sebesar 0,125 menunjukkan bahwa jika terjadi kenaikan variabel X1 (kualitas pelayanan) sebesar 1 *centris patribus*, maka akan mempengaruhi terhadap variabel minat pembelian ulang tiket pada maskapai penerbangan Batik Air di bandar Udara Internasional Jendral Achmad Yani Semarang. Koefisien regresi pada variabel X2 (harga) sebesar 0,598 menunjukkan bahwa jika terjadi kenaikan citra merek sebesar 1 *centris patribus* , maka akan meningkatkan minat pembelian ulang tiket pada maskapai penerbangan Batik Air di Bandar Udara Internasional Achmad Yani Semarang.

#### d. Uji T

Uji T atau uji parsial dalam penelitian ini dilakukan untuk melihat seberapa besar pengaruh yan diberikan secara sendiri oleh variabel kualitas pelayanan (X1) dan harga (X2) terhadap variabel dependen minat pembelian ulang tiket (Y). Melalui *level of significant* ( $\alpha$ ) 0,05 yang mempunyai arti tingkat keyakinan sebesar 95%, maka besar t tabelnya yaitu : Untuk menyatakan berpengaruh atau tidaknya maka dibutuhkan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Ha diterima apabila nilai  $t > 1,982$
2. Ho ditolak apabila nilai  $t < 1,982$

**Tabel 9. Pengujian variabel X1 Terhadap Y**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	5.078	2.732	1.859	.066	
	Kualitas Pelayanan (X1)	.660	.063	.709	10.442	.000

a. Dependent Variable: Minat Pembelian Ulang (Y)

Sumber : Diolah Oleh Peneliti (2022)

**Tabel 10. Pengujian X2 Terhadap Y**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	4.912	1.762	2.787	.006	
	Harga (X2)	.683	.042	.843	16.315	.000

a. Dependent Variable: Minat Pembelian Ulang (Y)

Sumber : Diolah Oleh Peneliti (2022)

Berdasarkan tabel pengujian hipotesis diatas, dapat diketahui bahwa nilai probabilitas (sig) penelitian variabel X1 sebesar 0,001 dan X2 sebesar 0,000. Hal tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikan variabel X1 dan X2 < 0,05. Nilai t hitung pada variabel X1 (kualitas pelayanan) yaitu 10,442 > t tabel 1,984, sedangkan nilai t hitung variabel X2 (harga) 16,315 > t tabel 1,982

Dengan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima. Dimana hal tersebut mengandung makna sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap minat pembelian ulang tiket pada maskapai penerbangan Batik Air di Bandar Udara Intrnasional Achmad Yani Semarang
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara harga terhadap minat pembelian ulang tiket pada maskapai penerbangan Batik Air di Bandar Udara Intrnasional Achmad Yani Semarang

e. Uji F (Simultan)

Uji F atau uji simultan digunakan untuk mengetahui secara pasti pengaruh bersama-sama antara variabel X1 (kualitas pelayanan) dan X2 (harga) dalam mempengaruhi Y (minat pembeian ulang tiket) pada maskapai Batik Air di Bandar Udara Internasional Achmad Yain Semarang. Sebelum melakukan uji F, maka perlu menentukan F tabel dengan persamaan sebagai berikut:

**Tabel 11. Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)**

ANOVA <sup>a</sup>						
	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1298.582	2	649.291	136.552	.000 <sup>b</sup>
	Residual	508.773	107	4.755		
	Total	1807.355	109			
a. Dependent Variable: Minat Pembelian Ulang (Y)						
b. Predictors: (Constant), Harga (X2), Kualitas Pelayanan (X1)						

Sumber : Diolah Oleh Peneliti (2022)

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa nilai f hitung variabel X1 (kualitas pelayanan) dan X2 (harga) yaitu sebesar 136,552. Nilai F hitung penelitian 136,552 > nilai F tabel (3,08) dengan nilai signifikan 0,000 <  $\alpha$  (0,05). Hal tersebut mengandung arti bahwa Ho ditolak dan Ha diterima. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian ulang tiket pada maskapai Batik Air di Bandar Udara Internasional Jendral Achmad Yani Semarang.

f. Analisa Koefisien Determinasi (*R Square*)

Analisis pada penelitian koefisien determinasi pada penelitian ini bertujuan untuk menjawab seberapa besar pengaruh dari kualitas pelayanan dan harga terhadap minat pembelian ulang tiket pada maskapai Batik Air di Bandar Udara Internasional Achmad Yani Semarang. Adapun hasi dari analisis koefisien determinasi (*R Square*) pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

**Tabel 12. Koefisien Determinasi (*R Square*)**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.848 <sup>a</sup>	.718	.713	2.18057
a. Predictors: (Constant), Harga (X2), Kualitas Pelayanan (X1)				

Sumber : Diolah Oleh Peneliti (2022)

Dari hasil tabel diatas diketahui bahwa nilai dari koefisien determinasi ( $K_d$ ) atau angka  $R$  square ( $R^2$ ) pada penelitian ini yaitu sebesar 0,718 yang merupakan hasil dari pengkuadratan angka dari  $R$  yaitu 0,848 dimana koefisien determinasi  $(0,848)_2$  atau  $0,848 \times 0,848$  yang menghasilkan 0,718 atau didalam persentase yaitu 71,8% hasil ini menunjukan bahwa terdapat pengaruh antara variabel independen dari kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ) terhadap variabel dependen ( $Y$ ) minat pembelian ulang tiket sebesar 71,8% dan sisanya yaitu  $100\% - 71,8\% = 28,2\%$  yang merupakan kontribusi atau sumbangan variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini atau bisa dikatakan 28,2% minat pembelian ulang tiket dipengaruhi variabel yang lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## Pembahasan

Dari permasalahan yang dirumuskan dalam penelitian ini menunjukkan hasil yang sebagaimana yang diharapkan. Hasil analisis deskriptif menunjukan bahwa kondisi penilaian responden terhadap variabel-variabel penelitian ini masuk dalam kategori baik, hal ini dapat ditunjukkan dari banyaknya tanggapan persetujuan yang tinggi dari masing-masing variabel penelitian. Dari hasil tersebut diperoleh bahwa kualitas pelayanan *in-flight service* dan harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat pembelian ulang tiket pada maskapai Batik Air di Bandar Udara Internasional Achmad Yani Semarang. Penelitian ini difokuskan pada 3 pembahasan utama yang telah diidentifikasi pada tujuan penelitian ini. 3 fokus pembahasan pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

### 1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap minat pembelian ulang tiket pada maskapai Batik Air di Bandar Udara Internasional Achmad Yani Semarang

Berdasarkan data hasil analisis yang telah dilakukan, maka dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap minat pembelian ulang tiket pada maskapai Batik Air di Bandar Udara Internasional Achmad Yani Semarang. Hal tersebut dibuktikan bahwa dari nilai probabilitas ( $\text{sig}$ ) penelitian variabel  $X_1$  sebesar 0,000. Diketahui juga bahwa nilai signifikan variabel  $X_1 < \alpha$  (0,05). Nilai  $T$  hitung pada variabel  $X_1$  (kualitas pelayanan) adalah  $10,442 > 1,982$ .

Hal tersebut mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan *in flight service* mempengaruhi terhadap minat pembelian ulang tiket pada maskapai Batik Air di Bandar Udara Internasional Jendral Achmad Yani Semarang. Sebagaimana pendapat yang dikemukakan oleh Kristoforus Duarte dan Sei Helina (2020), bahwa *service quality secara parsial dan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen*. Hal tersebut berhubungan dengan pendapat yang dikemukakan oleh Jeli Nata Liyas (2018), bahwa kualitas pelayanan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Semakin baik kualitas pelayanan, maka semakin banyak konsumen yang menggunakan jasa maskapai tersebut.

### 2. Pengaruh Harga Terhadap Minat Pembelian Ulang Tiket Pada maskapai Batik Air di Bandar Udara Achmad Yani Semarang

Berdasarkan data hasil analisis yang dilakukan, maka dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan dari harga terhadap minat pembelian ulang tiket pada maskapai Batik Air di Bandar Udara Internasional Achmad Yani Semarang. Hal tersebut dibuktikan bahwa nilai probabilitas ( $\text{sig}$ ) penelitian  $X_2$  sebesar 0,000. Hal tersebut menunjukan bahwa nilai signifikan  $X_2 < \alpha$  (0,05) nilai  $T$  hitung pada variabel  $X_2$  (harga) adalah  $16,315 > 1,982$ .

Hal tersebut menunjukan bahwa secara langsung harga berpengaruh terhadap minat pembelian ulang tiket pada maskapai Batik Air di Bandar Udara Internasional Jendral Achmad

Yani Semarang. Sebagaimana pendapat yang dikemukakan oleh Yahya (2020), bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal tersebut senada dengan teori yang dikemukakan oleh Sciffman dan Kanuk (2008) dalam Fandy Achmad (2017), konsumen memandang atau mempersepsikan tinggi, rendah, dan wajarnya suatu harga pada produk dan jasa mempunyai pengaruh kuat terhadap minat pembelian ulang. Semakin baik harga yang ditawarkan, semakin banyak konsumen yang menggunakan jasa maskapai tersebut.

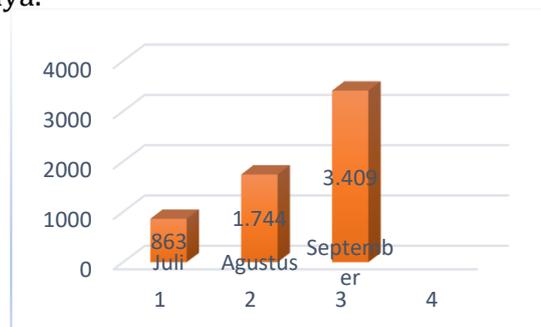
### 3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Minat Pembelian Ulang Tiket Pada Maskapai Batik Air di Bandar Udara Internasional Achmad Yani Semarang

Berdasarkan hasil analisis peneliti, maka dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian ulang tiket pada maskapai Batik Air di Bandar Udara Internasional Achmad Yani Semarang. Hal tersebut dibuktikan dari nilai  $F$  hitung variabel  $X_1$  (kualitas pelayanan) dan variabel  $X_2$  (harga) adalah sebesar 76.394. Nilai  $F$  hitung penelitian 136,552 > nilai  $F$  tabel (3,08) dengan nilai signifikan  $0,000 < \alpha (0,05)$ . Hal tersebut mengandung arti bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Nilai koefisien determinasi ( $R$  square) pada penelitian ini adalah sebesar 0,718. Hal tersebut mengandung arti bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap minat pembelian ulang tiket pada maskapai batik Air di Bandar Udara Internasional Jendral Achmad Yani Semarang sebesar 71,8% dan 28,2% minat pembelian ulang tiket dipengaruhi oleh variabel-variabel dan faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Syahputra, Alwie dan Garnasih (2019), kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penerbangan maskapai, semakin bagus kualitas layanan yang diberikan maskapai maka akan meningkatkan secara signifikan keinginan konsumen untuk melakukan pembelian ulang pada maskapai tersebut.

Hasil penelitian ini senada dengan penelitian Sciffman dan Kanuk (2008) dalam Fandy Achmad (2017), konsumen memandang atau mempersepsikan tinggi, rendah, dan wajarnya suatu harga pada produk dan jasa mempunyai pengaruh kuat terhadap minat pembelian ulang. Kualitas pelayanan dan harga keduanya memiliki arti yang penting sehingga jika kualitas pelayanan yang baik diberikan kepada konsumen dan harga yang ditawarkan oleh maskapai tidak terlalu tinggi tetapi tetap mengutamakan *service* yang baik sehingga akan meningkatkan konsumsi atau minat pembelian ulang tiket pada maskapai Batik Air.

Data yang diperoleh dari hasil penelitian oleh peneliti terhadap pergerakan para pengguna jasa maskapai Batik Air di Bandar Udara Achmad Yani Semarang setiap bulan mengalami peningkatan yang baik, kualitas pelayanan serta harga yang baik menimbulkan konsumen dari para pengguna jasa maskapai Batik Air terus mengalami peningkatan setiap bulannya. Hasil tersebut dapat dilihat dalam hasil grafik pada gambar 4.4 dimana pada grafik tersebut berisi data penumpang yang diambil dari tiga bulan terakhir yang mengalami peningkatan setiap bulannya.



Gambar 1. Grafik

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang ada, maka dapat disimpulkan sebagai berikut: Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap minat pembelian ulang tiket pada maskapai Batik Air di Bandar Udara Internasional Achmad Yani Semarang. Hal tersebut dibuktikan dari signifikan atau nilai probabilitas penelitian pada variabel X1 sebesar 0,000. Diketahui juga bahwa nilai signifikan variabel X1 <  $\alpha$  (0,05). Nilai T hitung pada variabel X1 (kualitas pelayanan) adalah  $10,442 > 1,982$ . Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara harga terhadap minat pembelian ulang tiket pada maskapai Batik Air di Bandar Udara Internasional Achmad Yani Semarang. Hal tersebut dibuktikan dari nilai signifikan atau nilai probabilitas penelitian pada variabel X2 sebesar 0,00. Hal tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikan variabel X2 <  $\alpha$  (0,05). Nilai T hitung pada variabel X2 (harga) adalah  $16,315 > 1,982$ . Kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian ulang tiket pada maskapai Batik Air di Bandar Udara Internasional Achmad Yani Semarang sebesar 71,8% dan 28,2% minat pembelian ulang tiket dipengaruhi oleh variabel-variabel beserta faktor-faktor lainnya.

Saran Bagi Perusahaan: Maskapai Batik Air disarankan untuk terus menjaga kualitas jasa pelayanan dimana diketahui bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh tinggi untuk menarik konsumen agar bisa melakukan pembelian ulang kedepannya. Dari segi harga maskapai Batik Air agar mempertahankan harga yang relatif tidak terlalu tinggi agar terus menjadi maskapai pilihan yang dimana memiliki fasilitas layanan *full service* dan harga yang tidak terlalu tinggi. Bagi Peneliti Selanjutnya: Kualitas pelayanan dan harga merupakan faktor yang kuat untuk mempengaruhi para konsumen untuk melakukan pembelian ulang tiket pada sebuah maskapai, diharapkan bagi peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini ke aspek yang lebih tinggi atau aspek lainnya yang dapat mempengaruhi niat konsumen untuk melakukan minat pembelian ulang tiket pada maskapai sehingga dapat ditemukan hasil yang lebih optimal.

## DAFTAR PUSTAKA

- Karundeng, C. F. (2015). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada pt sriwijaya air distrik manado tugas akhir. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*
- Kristifirus Duarte, S. H. (2020). Analisis Pengaruh Service Quality (Pre-Flight, In-Flight, dan Post-Flight) terhadap Kepuasan Konsumen Lion Air. *Jurnal Bisnis & Akuntansi, XIV(2)*, 63–75.
- Kusdyah, I. 2012. Persepsi Harga, Persepsi Merek, Persepsi Nilai, Dan Keinginan Pembelian Ulang Jasa Clinic Kesehatan (Studi Kasus Erha Clinic Surabaya). *Jurnal Manajemen Pemasaran, 7(1)*, 30–44.
- Kotler, P., dan Armstrong, G. (2013). *Principles of Marketing* (16th Global Edition)
- Lestari, M. R. S. D. R. (2012). Persepsi Harga, Persepsi Merek, Persepsi Nilai, Dan Keinginan Pembelian Ulang Jasa Clinic Kesehatan (Studi Kasus Erha Clinic Surabaya). *Jurnal Manajemen Pemasaran, 7(1)*, 30–44.
- Liyas, J. N. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Penerbangan Batik Air Pada PT. Lion Group di Bandara Sultan Syarif Khasim II Pekanbaru. *EQUILIBRIUM : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya, 6(2)*, 112
- Nathadewi, K. S., & Sukawati, T. G. R. (2019). Peran Kepuasan Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Beli Ulang Konsumen Lion Air. *E-Jurnal :Manajemen, Vol 8, No. 11, 2019, 8(11)*.
- Nugraha, D. P. S. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Harga, Dan Kepercayaan

Pelanggan Terhadap Niat Membeli Kembali Pada Tiket Pesawat. (*Skripsi*), Institut Agama Islam Negeri Surakarta, Surakarta. (1-139).

Sabella, F. M. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek, Persepsi Nilai dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Perusahaan Penerbangan Lion Air. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*.

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.

Supriono, Fandy Achmad (2017). Pengaruh Persepsi Harga dan kualitas Layanan Terhadap Minat Pembelian Ulang(Survei pada konsumen Go-Ride di kota Surabaya). *Jurnal Administrasi Negara*

Suryawan, I. kadek wawan, dan Sharif, O. omar. 2018. Pengaruh Kualitas Llayanan Penerbangan Terhadap Kepuasan Penumpang Dan Loyalitas ( Studi Kasus : Penerbangan Garuda Indonesia ). *Jurnal Wacana Ekonomi*, 17(03), 29–38.

Syahputra, D., Alwie, A. F., & Garnasih, R. L. (2019). Analisis Kualitas Layanan dan Citra Merek terhadap Pembelian Berulang dengan Harga sebagai Variabel Moderasi pada Maskapai Penerbangan Rute Pekanbaru Jakarta. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 30(2), 14–30.

Tjiptono, F (2014). Pemasaran Jasa. Prinsip, Penerapan dan Penelitian . Yogyakarta: Penerbit ANDI

Wahyuningtyas, R., 2020. Pengaruh persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan pramugari pada kepuasan pelanggan serta pengaruh kepuasan pelanggan pada minat beli ulang. *Jurnal Manajemen Ekonomi*

Yahya, Y., Maulida, Z., Yusra, Y., dan Makmur, L. 2020. Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan maskapai penerbangan Batik Air Banda Aceh. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, 9(1), 1–13.