

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Bandar Udara selama ini telah dipersepsikan sebagai pintu gerbang suatu daerah, wilayah bahkan negara. Namun saat ini bandara telah mengalami perkembangan menjadi lebih luas dan strategis. Bila pada mulanya bandara hanya sebagai pusat perpindahan moda transportasi dari darat ke udara atau sebaliknya, maka saat ini bandara mempunyai peranan untuk memfasilitasi kegiatan perdagangan khususnya dalam perdagangan internasional, Alat untuk meningkatkan daya tarik investasi industri serta pusat kegiatan bisnis, ekonomi dan industri .

Fungsi dari bandara Menurut peraturan direktur jenderal perhubungan udara No. SKEP/77/VI/2005 tentang Persyaratan Teknis Bandar Udara yaitu bandar udara sebagai pintu gerbang kegiatan perekonomian Nasional dan Internasional serta sebagai tempat kegiatan alih moda transportasi. Untuk dapat melaksanakan fungsinya, bandara harus ditata secara terpadu sehingga pelayanan dapat diterima dengan baik oleh pelanggan. Tata penyelenggaraan bandara harus sesuai dengan Keputusan Menteri Perhubungan No. 48 tahun 2002 agar terwujudnya penyelenggaraan operasi penerbangan yang handal dan berkemampuan tinggi serta memenuhi standar internasional perencanaan bandara,

sesuai dengan standar yang diberlakukan oleh Badan Standarisasi Indonesia (SNI) dan *International Civil Aviation Organization (ICAO)*.

PT. Angkasa Pura II Bandara Husein Sastranegara merupakan badan usaha milik negara yang bergerak di bidang usaha pelayanan jasa kebandarudaraan. Angkasa Pura II didirikan untuk mengelola dan menjalankan bisnis bandara dan layanan terkait bandara dengan mengoptimalkan potensi sumber daya perusahaan dan penerapan tata kelola perusahaan. Dan ini, pada gilirannya, akan menghasilkan produk dan layanan berkualitas tinggi dan daya saing yang kuat sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan dan kepercayaan publik.

Bidang usaha kegiatan bisnis PT. Angkasa Pura II diantaranya pelayanan jasa pendaratan, penempatan dan penyimpanan pesawat udara (PJP4U), pelayanan jasa penumpang pesawat udara (PJP2U), pelayanan jasa konter. Adapun bidang usaha yang tidak terkait langsung dengan kegiatan penerbangan akan tetapi aktifitasnya terdapat di dalam bandara yaitu ruang disewakan seperti pemakaian counter, restoran, toko, pos, money changer, biro wisata, pamflet iklan dan lain-lain.

Dalam menjalankan usahanya, Angka Pura II dituntut untuk mematuhi dan mengikuti berbagai regulasi maupun standar yang mengikat terkait dengan pelayanan lalu lintas udara, baik yang berlaku internasional (*International Civil Aviation Organization / ICAO*) maupun nasional (Departmen Perhubungan – Direktorat Jenderal Perhubungan Udara). Semua regulasi maupun standar tersebut diberlakukan agar aspek keselamatan penerbangan terpenuhi sehinggann semua pihak dapat merasakan kenyamanan dan ketenangan.

Kualitas pelayanan merupakan sebagai usaha pemenuhan dari keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian jasa dalam rangka memenuhi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang penting dalam usaha mencapai keunggulan bersaing. Untuk mencapai kualitas pelayanan yang diinginkan, pengelola pelayanan memerlukan upaya pemenuhan keinginan pelanggan serta penyampaian yang tepat untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Dalam mengukur kualitas pelayanan diantaranya terdapat lima dimensi kualitas pelayanan seperti Bukti langsung (*Tangibles*), Keandalan (*Reliability*), Daya tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*) dan Empati (*Empathy*).

Memuaskan kebutuhan pelanggan merupakan keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan pelanggan dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Pelanggan yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali dikemudian hari.

Penyelenggaraan pelayanan PT. Angkasa Pura II membutuhkan koordinasi antara pengelola bandara dengan pihak yang saling terkait seperti Bea Cukai, Imigrasi, Intansi lain terkait dengan intelejen dan pengamanan, maskapai penerbangan serta perusahaan penunjang kegiatan penerbangan. Dalam penyelenggaraan pelayanan di bandara sebaiknya memperhatikan keseimbangan antara peningkatan pengguna jasa transportasi udara dengan ketersediaan infrastruktur sarana dan prasarana yang mendukung kinerja pelayanan di bandara, termasuk jasa pelayanan dan informasi terhadap pelanggan pengguna jasa penerbangan. Apabila salah satu dari perusahaan jasa pelayanan saja mengalami

masalah maka tentu saja akan berpengaruh terhadap kualitas pelayanan bandar udara secara keseluruhan.

Berdasarkan hasil penjajagan awal yang dilakukan oleh peneliti di PT. Angkasa Pura II (Persero) Cabang Bandara Husein Sastranegara, ternyata masih terdapat masalah terkait kepuasan pelanggan yaitu sebagai berikut :

1. Kepuasan Konsumen Keseluruhan (*Overall Customer Satisfaction*).

1. Pelanggan mengeluhkan tentang Bandara yang minimalis.

Contoh: Luas gedung terminal kedatangan dan keberangkatan Bandara Husein Sastranegara belum sesuai dengan jumlah kapasitas penumpang terutama jika di jam keramaian.

2. Pelanggan tidak puas dengan sarana prasarana yang ada pada Bandara Internasional Husein Sastranegara. Contoh:

- Penumpang menunggu cukup lama lebih dari 15 menit dalam pengambilan bagasi karena jumlah *conveyor baggage* yang hanya 2 *conveyor* di terminal kedatangan domestik.
- Tempat parkir kendaraan yang kurang memadai mengakibatkan sering terjadinya antrian panjang di jam keramaian, membuat pelanggan harus menunggu dan berkeliling untuk mendapatkan tempat parkir.
- Layanan taksi Bandara yang belum terstandarisasi. khususnya dari sisi pentarifan dan jenis armada.

- Akses jalan menuju Bandara yang kurang luas dan sering adanya kemacetan sehingga pelanggan harus pergi minimal 3 jam sebelum keberangkatan.
- Tidak adanya moda transportasi umum selain Taksi Bandara menyulitkan masyarakat, untuk mendapatkan transportasi umum pelanggan harus berjalan dari Bandara ke jalan raya yang jaraknya sekitar 200 meter.
- Jumlah toilet yang terbatas mengakibatkan pelanggan harus antri bergantian dengan pelanggan yang lainnya.

2. Dimensi Kepuasan Konsumen

Pelanggan tidak puas dengan penanganan pelayanan yang diberikan oleh karyawan PT. Angkasa Pura II (Persero). Contoh: ketidakmampuan karyawan dalam berbahasa asing membuat karyawan kurang tanggap dalam merespon pertanyaan dari turis asing.

TABEL 1.1
DATA KELUHAN PELANGGAN PADA PT. ANGKASA PURA II
(PERSERO) CABANG BANDARA HUSEIN SASTRANEGARA

NO.	NAMA RESPONDEN	KELUHAN	SUMBER DATA
1.	Tulus Abadi Ketua Pengurus Harian Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI)	<ol style="list-style-type: none"> 1. mengeluh karena area parkir yang sempit 2. Drop off, dikenakan tarif 3. mengeluhkan larangan bus besar memasuki area Bandara, hal itu menyulitkan konsumen yang datang secara rombongan dan membawa barang banyak. “Padahal jarak dari Bandara ke jalan raya sekitar 200 meter. 4. layanan taksi Bandara yang sering menetapkan tarif semauanya. pelayanan taksi sangat tidak standar, khususnya dari sisi pentarifan dan jenis armada. 	https://m.tempo.co/read/news/2016/04/11/058761467/ini-keluhan-konsumen-di-bandara-husein-sastranegara
2.	Firman Turmantara Ketua Umum Himpunan Lembaga Konsumen Indonesia (HLKI) Jabar-Banten-DKI	<ol style="list-style-type: none"> 1. bagasi yang rusak dan tertukar 2. monopoli taksi 	http://prfmnews.com/berita.php?detail=hlki-ungkap-keluhan-layanan-bandara-husein-sastranegara
3.	Walikota Bandung <u>Ridwan Kamil</u>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Minimnya lahan parkir kendaraan di bandara 2. Taksi tidak memakai Argo 	http://regional.kompas.com/read/2016/12/05/12024711/ridwan.kamil.sampaikan.komplain.warga.kepada.pengelola.bandara.husein.sastranegara .
4.	Fauzi Febriansyah	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bandara kecil 2. Tempat duduk terbatas 3. Area Parkir yang sempit 4. Parkir taksi semrawut 5. akses jalan menuju bandara kecil 	Ulasan Google

5.	Febriasyraf Charifa	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lalu lintas kendaraan yang datang dan pergi semrawut sehingga membuat macet 2. Akses jalan menuju Bandara kecil 3. Tarif Taksi yang mahal 	Ulasan Google
6.	Rizqi Ayunda Pratama	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengambilan Bagasi kurang memadai 2. Adanya monopoly taksi 	Ulasan Google
7.	Deden Hardian	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bandara kecil 2. Transportasi Umum kurang memadai. 	Ulasan Google
8.	Dante Irawan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tempat parkir kurang luas 2. Akses jalan menuju Bandara kecil 3. Ruang tunggu keberangkatan tidak dibatasi 	Ulasan Google
9.	Pratama Adi Nugraha	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tempat parkir yang semrawut 2. Adanya tarif Drop Off 3. Tarif taksi yang mahal 	Ulasan Google
10.	<u>Ryandra Narlan</u>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tanpa Garbarata 2. Parkir kendaraan sempit 3. Adanya monopoli taxi 	Ulasan Google
11.	Dr. Stillo Santhes	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bandara Kecil 2. Tidak adanya Garbarata 3. Transportasi Umum kurang memadai. 4. Tarif taksi yang mahal 5. Pengambilan bagasi yang lama 6. Jumlah toilet yang masih kurang banyak 	Wawancara langsung
12.	Bella Karlinda	<ol style="list-style-type: none"> 1. Area parkir mobil yang terbatas 2. Terkadang terbang selalu delay di mungkinkan karena gate penerbangan yang kurang banyak 3. Pengambilan Bagasi 	Wawancara lewat telpon

		<p>yang kurang memadai</p> <ol style="list-style-type: none"> 4. Transportasi umum Bandara sangat kurang memadai 5. Toilet yang kurang banyak 	
13.	Karina Inggirani	<ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya tarif Drop Off 2. Tidak ada Garbarata 3. Area parkir mobil yang terbatas 4. Toilet yang kurang banyak 5. Mushola yang kurang memadai 6. Karyawan tidak bisa berbahasa inggris 7. Pengambilan bagasi yang lama 	Wawancara langsung
14.	Anajmmia	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tidak ada Garbarata 2. Tarif taksi yang mahal 3. Area parkir yang terbatas. 4. Pengambilan bagasi yang lama 	Wawancara langsung
15.	Rika Angilia	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tidak adanya Garbarata 2. layanan taksi Bandara yang sering menetapkan tarif semaunya. pelayanan taksi sangat tidak standar, khususnya dari sisi pentarifan dan jenis armada. 3. Transportasi umum Bandara sangat kurang memadai 4. Pengambilan bagasi yang lama 5. Jumlah toilet yang sedikit 6. Akses jalan menuju bandara kecil sehingga sering terjadi kemacetan 7. Area Parkir yang terbatas 	Wawancara langsung

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2017

Permasalahan tersebut diduga disebabkan oleh kualitas pelayanan pada Bandara Husein Sastranegara yang belum optimal karena kurangnya memperhatikan faktor-faktor kualitas pelayanan sebagai berikut :

1. Bukti Fisik (*Tangibles*)

Keterbatasan Bukti fisik seperti Bandara yang minimalis dan sarana prasarana yang belum memadai di akibatkan karena keterbatasan lahan, luas Bandara saat ini yaitu 17.000 m² dan Bandara berada di kawasan kompleks TNI AU sehingga tidak memungkinkan untuk diperluas kembali.

2. Daya tanggap (*Responsiveness*)

Daya tanggap karyawan terhadap turis asing masih rendah hal ini dikarenakan ketidakmampuan berbahasa asing.

Berdasarkan pada uraian di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. ANGKASA PURA II (PERSERO) BANDAR UDARA INTERNASIONAL HUSEIN SASTRANEGARA BANDUNG”**

1.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian, kepuasan konsumen sangat erat kaitannya dengan kualitas pelayanan yang harus diwujudkan oleh penyedia layanan jasa. Maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan penelitian sebagai berikut:

- 1) Bagaimana gambaran umum PT. Angkasa Pura II ?
- 2) Bagaimana kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan pada PT. Angkasa Pura II Bandara Husein Sastranegara Bandung?
- 3) Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pelanggan pada PT. Angkasa Pura II Bandara Husein Sastranegara Bandung ?
- 4) Hambatan-hambatan apa saja yang dihadapi PT. Angkasa Pura II dalam pelaksanaan kualitas pelayanan dan usaha apa yang dilakukan untuk mengatasi hambatan-hambatan tersebut?

1.2.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka peneliti dapat merumuskan masalah penelitian sebagai berikut “**Apakah Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Angkasa Pura II Bandara Husein Sastranegara?**”

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan identifikasi masalah, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Mengetahui gambaran umum PT. Angkasa Pura II Bandara Husein Sastranegara Bandung.
- 2) Mengetahui kondisi kualitas pelayanan dan kondisi kepuasan pelanggan pada PT. Angkasa Pura II Bandara Husein Sastranegara Bandung.

- 3) Mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pelanggan pada PT. Angkasa Pura II Bandara Husein Sastranegara Bandung.
- 4) Mengetahui hambatan-hambatan apa saja yang dihadapi PT. Angkasa Pura II dalam pelaksanaan kualitas pelayanan dan usaha apa yang dilakukan untuk mengatasi hambatan-hambatan tersebut?

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan akan mempunyai manfaat yaitu:

a. Segi Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan yang bermanfaat bagi pengembangan ilmu bisnis dalam bidang kualitas pelayanan yang kaitannya dengan kepuasan pelanggan.

b. Segi Praktis

1. Bagi peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai penerapan ilmu dari teori-teori yang diperoleh selama masa perkuliahan , serta untuk melengkapi salah satu syarat dalam menempuh sidang sarjana jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan.

2. Bagi PT. Angkasa Pura II

Dapat memberikan gambaran dan informasi yang berguna bagi PT. Angkasa Pura dalam melakukan kebijakan dan strategi yang berkaitan dengan kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.

3. Bagi Pembaca

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan sebagai sumber informasi dan bahan perbandingan untuk penelitian selanjutnya.

1.4 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis

1.4.1 Kerangka Pemikiran

Keberhasilan pemasaran suatu produk dan jasa banyak dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan tersebut. Dengan menyadari arti pentingnya kualitas maka perusahaan dapat mempertimbangkan kebijakan yang akan diambil dalam memutuskan kualitasnya agar lebih efektif dan efisien.

Kualitas merupakan salah satu faktor yang menjadi pertimbangan pelanggan sebelum membeli atau menggunakan suatu produk atau jasa.

Menurut Fandy Tjiptono (2014:268) merumuskan kualitas jasa atau pelayanan yaitu “Kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan”.

Menurut Wyckof yang dikutip oleh Fandy Tjiptono (2014:268) “Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan”.

Sementara itu ada beberapa pakar pemasaran yaitu: **Parasuraman, et al (1985) dikutip dari Fandy Tjiptono (2014:282)** berhasil mengidentifikasi lima dimensi pokok kualitas pelayanan:

1. **Bukti langsung (*tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan pegawai dan sarana komunikasi.**
2. **Keandalan (*realibity*), yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.**

3. Daya tangkap (*responsiveness*), yaitu keinginan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
4. Jaminan (*assurance*) yaitu mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dipercaya yang dimiliki para karyawan, bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan.
5. Empati (*empathy*) meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

Kualitas pelayanan yang memuaskan membuat perusahaan akan mendapatkan citra yang baik dari konsumen, pelayanan yang berkualitas memberikan efek kepuasan terhadap pelanggan dan akan terus tertanam dibenak pelanggan, karena pelanggan bersedia membayar sejumlah uang untuk mendapatkan produk jasa yang berkualitas sehingga sudah seharusnya PT. Angkasa Pura II memberikan kepuasan pada konsumennya.

Selanjutnya menurut Engel, et al (1990) yang dikutip Fandi Tjiptono (2006 : 146) mendefinisikan “Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli di mana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (*Outcome*) sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan”.

Selanjutnya menurut Philip Kotler (1994) yang dikutip oleh Fandy Tjiptono (2006 : 146) “Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya”.

Selanjutnya Fandy Tjiptono (2006:146), mendefinisikan tentang kepuasan pelanggan, yaitu: “Respon pelanggan pada evaluasi ketidaksesuaian/diskompirmasi yang diharapkan antara harapan sebelum (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaian”.

Berdasarkan uraian tersebut maka pelayanan PT. Angkasa Pura II dikatakan berkualitas apabila konsumen merasa puas, baik saat terjadinya pelayanan maupun disaat pasca pembelian.

Tidak ada satupun ukuran tunggal ‘terbaik’ mengenai kepuasan pelanggan yang disepakati secara *universal*. Meskipun demikian di tengah beragamnya cara mengukur kepuasan pelanggan berikut ini adalah enam konsep inti dalam mengukur kepuasan pelanggan menurut **Fandy Tjiptono (2014 : 368)**, yaitu :

1. **Kepuasan Konsumen Keseluruhan (Overall Customer Satisfaction)**
Cara yang paling sederhana untuk mengukur kepuasan konsumen adalah langsung menanyakan kepada konsumen seberapa puas mereka dengan produk atau jasa spesifik tertentu. Biasanya ada dua bagian dalam proses pengukurannya. Pertama, mengukur tingkat kepuasan konsumen terhadap produk atau jasa perusahaan bersangkutan. Kedua, menilai dan membandingkannya dengan tingkat kepuasan konsumen keseluruhan terhadap produk atau jasa para pesaing.
2. **Dimensi Kepuasan Konsumen**
Berbagai penelitian memilah kepuasan konsumen ke dalam komponen-komponennya. Umumnya, proses semacam ini terdiri atas empat langkah. Pertama, mengidentifikasi dimensi-dimensi kunci kepuasan konsumen. Kedua, meminta konsumen menilai produk dan jasa perusahaan berdasarkan item-item spesifik, seperti kecepatan layanan, fasilitas layanan, atau keramahan staf layanan konsumen. Ketiga, meminta konsumen menilai produk dan jasa pesaing berdasarkan item-item spesifik yang sama. Dan keempat, meminta para konsumen untuk menentukan dimensi-dimensi yang menurut mereka paling penting dalam meniali kepuasan konsumen keseluruhan.
3. **Konfirmasi Harapan (Confirmation Of Expectations)**
Dalam konsep ini, kepuasan tidak diukur langsung, namun disimpulkan berdasarkan kesesuaian/ketidakesuaian antara harapan konsumen dengan kinerja aktual produk perusahaan pada sejumlah atribut atau dimensi penting.
4. **Minat Pembeli Ulang (Repurchase Intent)**
Kepuasan konsumen diukur secara behavioral dengan jalan menanyakan apakah konsumen akan berbelanja atau menggunakan jasa perusahaan lagi.
5. **Kesediaan Untuk Merekomendasi (Willingness To Recommend)**
Dalam kasus produk yang pembelian ulangnya relatif lama atau bahkan hanya terjadi satu kali pembelian (seperti pembelian mobil, broker rumah, asuransi jiwa, tur keliling dunia, dan sebagainya), kesediaan konsumen untuk merekomendasikan produk kepada teman atau keluarganya menjadi ukuran yang penting untuk dianalisis dan ditindaklanjuti.
6. **Ketidakpuasan Konsumen (Customer Dissatisfaction)**
Beberapa macam aspek yang sering di telaah guna mengetahui ketidakpuasan konsumen, meliputi : (a) komplain; (b) retur atau penambihan produk; (c) biaya garansi; (d) product recall (penarikan kembali produk dari pasar); (e) gethok tular negatif; dan (f) defections (konsumen yang beralih ke pesaing).

Hubungan atau ketertarikan antara kualitas layanan dan kepuasan konsumen merupakan salah satu isu kontroversial dalam literatur pemasaran. Namun Sureshchandar dan kawan-kawan telah melakukan pengujian terhadap hubungan antara kualitas layanan dan kepuasan pelanggan adalah dua konsep yang berbeda namun saling berkaitan erat. Hal ini terlihat dari setiap peningkatan pada yang terjadi pada kepuasan pelanggan cenderung diikuti pula oleh meningkatnya persepsi positif terhadap kualitas layanan dan sebaliknya.

Menurut Philip Kotler & Armstrong (2012 : 17) “Kepuasan konsumen sangat berkaitan erat dengan kualitas. Kualitas memiliki dampak langsung terhadap performa produk dan kepuasan konsumen”.

Menurut Fandy Tjiptono (1997 : 125) “Dengan memperhatikan kualitas pelayanan kepada konsumen, akan meningkatkan indeks kepuasan kualitas konsumen yang di ukur dalam ukuran apapun”.

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas dapat dikajikan bahwa kualitas pelayanan memiliki keterikatan dengan tingkat kepuasan pelanggan, karena jika pelanggan merasa kualitas pelayanan yang diperolehnya rendah maka kualitas pelayanan tidak memuaskan. Sebaliknya jika kualitas pelayanan yang diterima sesuai dengan yang diharapkan maka pelayanan tersebut memuaskan.

1.4.2 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah dikemukakan, maka peneliti menetapkan hipotesis sebagai berikut: **“Terdapat pengaruh yang positif antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Angkasa Pura II Bandara Husein Sastranegara”**

Berdasarkan hipotesis tersebut, maka peneliti akan mengemukakan definisi operasional di atas sebagai berikut:

1. Pengaruh positif merupakan keadaan yang mempengaruhi atau suatu keadaan yang menunjukkan hubungan kualitas pelayanan (X) mempunyai dampak terhadap kepuasan pelanggan (Y).
2. Kualitas pelayanan yaitu usaha pemenuhan dari kebutuhan dan keinginan pelanggan pengguna jasa serta ketepatan penyampaian jasa dalam rangka memenuhi harapan pelanggan.
3. Kepuasan pelanggan yaitu tingkat perasaan pelanggan pengguna jasa setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibandingkan sesuai dengan harapannya.

Melengkapi hipotesis maka menggunakan hipotesis statistik sebagai berikut:

1. H_0 : $r_s < 0$: Kualitas pelayanan (X) : Kepuasan pelanggan (Y) artinya tidak ada pengaruh positif antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.
2. H_1 : $r_s \geq 0$: Kualitas pelayanan (X) : Kepuasan pelanggan (Y) artinya terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.
3. r_s , sebagai symbol untuk mengatur eratnya hubungan dua variabel penelitian yaitu kualitas pelayanan (X) dan kepuasan pelanggan (Y)
4. α (α) yaitu tingkat keabsahan dengan derajat kepercayaan (simpangan baku) 95% dengan tingkat kekeliruan 5% atau $\alpha=0,05$. Apabila terjadi kesalahan atau kekeliruan dalam analisa tersebut yang dapat ditoleransi hanya sampai 5%.

1.5 Lokasi dan Lamanya Peneliiian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di PT. Angkasa Pura II (Persero) Cabang Bandara Husein Sastranegara yang berlokasi di jalan Pajajaran No.156, Cicendo, Kota Bandung, Jawa Barat 40174.

1.5.2 Lamanya Penelitian

Lamanya penelitian selama 6 Bulan terhitung dari bulan Desember sampai dengan bulan Juni 2017. Untuk lebih jelasnya, dapat dilihat pada Tabel 1.2 tentang jadwal kegiatan penelitian.

