

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini berisikan mengenai beberapa kajian teoritis, variabel yang digunakan serta studi tinjauan terdahulu yang diharapkan dapat menjadi dasar dari penyusunan serta pelaksanaan penulisan laporan ini.

1.1 Tingkat Kepuasan

Kepuasan atau satisfaction berasal dari bahasa latin “satis” (artinya cukup baik, memadai) dan “facio”(melakukan atau membuat). Secara sederhana kepuasan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai. Namun, di tinjau dari perspektif perilaku konsumen, istilah kepuasan konsumen lantas menjadi sesuatu yang kompleks. Kotler mengatakan bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dengan harapan. Sedangkan Richard F. Gerson mendefinisikan kepuasan konsumen sebagai persepsi konsumen bahwa harapannya telah terpenuhi atau terlampaui.

Howard & Sheth mengungkapkan bahwa kepuasan konsumen adalah situasi kognitif pembeli berkenaan dengan kesepadanan atau ketidaksepadanan antara hasil yang di dapatkan di bandingkan dengan pengorbanan yang di lakukan. Oliver mengemukakan bahwa kepuasan konsumen merupakan evaluasi terhadap surprise yang inheren atau melekat pada pemerolehan produk dan/atau pengalaman konsumsi.

1.2 Kualitas Pelayanan

Kotler (2005) menyebutkan pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun, sedangkan Umar (2003) dalam Manullang (2008) menyebutkan pelayanan adalah rasa menyenangkan yang diberikan kepada orang lain serta kemudahan dan memenuhi segala kebutuhan hidup mereka. Tjiptono (2001) mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Kualitas pelayanan sendiri dapat diartikan bagaimana pelayanan yang mereka terima apabila dibandingkan dengan persepsi yang mereka pikirkan. Apabila kualitas jasa yang dihasilkan dan dirasakan pelanggan sesuai dengan persepsi atau harapan pelanggan maka kualitas pelayanan dapat dikatakan baik, dengan kondisi ideal tentunya apabila jasa melebihi persepsi atau harapan pelanggan. Sebaliknya apabila kualitas jasa yang dirasakan lebih rendah atau jelek dibandingkan persepsi dan harapan maka kualitas pelayanan dapat dikatakan buruk. Dapat disimpulkan baik dan buruknya kualitas pelayanan dinilai dari kemampuan penyedia jasa memenuhi kebutuhan dan melebihi persepsi pelanggan secara berkelanjutan. Menurut Tjiptono, (2001) pelayanan jasa diukur dengan lima dimensi, yaitu:

- a. *Reliability* (kehandalan), yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
- b. *Responsiveness* (daya tanggap), yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas.
- c. *Assurance* (jaminan), yaitu pengetahuan, kesopansantunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.
- d. *Empathy* (empati), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.
- e. *Tangibles* (bukti fisik), yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.

1.3 Analisis Statistik Deskriptif

Menurut Muhson, A. (2006) analisis statistik deskriptif merupakan analisis data yang digunakan untuk menggambarkan suatu data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa ada maksud membuat kesimpulan yang berlaku umum. Analisis statistik deskripsi berupa akumulasi data dasar dalam membentuk

deskripsi tetapi tidak menerangkan saling hubungan, menguji hipotesis, membuat ramalan atau melakukan penarikan suatu kesimpulan. Menurut Nasution, L. M. (2017) statistik deskriptif ditujukan kepada kumpulan data yang telah ada. Ruang lingkup Statistik deskriptif mencakup diantaranya distribusi frekuensi beserta bagiannya, angka indeks, time series, korelasi dan regresi sederhana.

1.4 Metode Regresi Linear

Menurut Miro (2005) analisis regresi linear adalah salah satu model statistika sebagai alat untuk menganalisis faktor penentu yang dapat menimbulkan suatu kejadian atau kondisi tertentu yang sedang diamati, sekaligus menguji seberapa jauh kondisi dari kekuatan faktor penentu yang berhubungan dengan kondisi yang ditimbulkan. Terdapat 2 (dua) bentuk metode analisis regresi linear sebagai berikut:

Rumus regresi linear Berganda yaitu $y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + \dots + b_nx_n + e$

Keterangan:

y = Variabel terikat (*Dependent Variable*) dalam studi transportasi berupa jumlah perjalanan lalu lintas manusia, kendaraan dan barang dari satu titik ke satu titik tujuan yang akan diperkirakan.

x_1, \dots, x_n = Variabel bebas (*Independent Variabel*) yaitu faktor yang dimasukkan ke dalam model dan memiliki pengaruh terhadap timbulnya jumlah perjalanan lalu lintas seperti jumlah penduduk dan tingkat kepemilikan kendaraan.

a = *Explanatory variabel*. Parameter konstanta yaitu seluruh variabel bebas tidak menunjukkan perubahan atau tetap atau sama dengan nol, maka y diperkirakan akan sama dengan a .

b = Parameter koefisien (*Coefficient Parameter*) yaitu nilai yang akan dipergunakan untuk meramalkan y .

e = Nilai kesalahan yang mewakili seluruh faktor yang dianggap tidak mempengaruhi

Disturbance

Terms.

2.5 Uji Asumsi Klasik Regresi Linear

Menurut Kurniawan, D. (2008) asumsi klasik regresi linear adalah asumsi untuk mengetahui koefisien regresi yang didapat bisa diterima, maka perlu melakukan pengujian terhadap kemungkinan terjadinya pelanggaran asumsi klasik tersebut. Pengujian pada asumsi klasik tersebut menggunakan data residual bukan data pengamatan, terkecuali uji asumsi multikolinearitas. Agar model asumsi yang diperoleh tersebut tepat maka perlu dilakukan Uji asumsi klasik yang terdiri atas:

2.5.1 Uji Normalitas

Menurut Nasrum, A. (2018) uji normalitas data diperlukan agar penelitian dapat menentukan jenis statistik yang digunakan terutama untuk penelitian yang menggunakan parameter rata-rata sebagai tolak ukur keberhasilan dalam suatu penelitian tersebut.

2.5.2 Uji Multikolinearitas

Menurut In, A. W. K., (2019) Uji multikolinearitas adalah pengujian yang dilakukan untuk memastikan sebuah model regresi terdapat interkorelasi atau kolinearitas antar variabel bebas. Interkorelasi yang dimaksud adalah hubungan linear atau hubungan kuat antara satu variabel bebas atau variabel prediktor dengan variabel prediktor lainnya di dalam model regresi. Model regresi dikatakan bebas dari multikolinearitas apabila memiliki nilai tolerance variabel bebas lebih dari 0,1 dengan VIF kurang dari 10.

2.5.3 Uji Autokorelasi

Menurut Janie, D. N. A. (2012) Uji Autokorelasi digunakan untuk mengetahui terjadi atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik terhadap korelasi yang terjadi antara residual dengan satu pengamatan terhadap residual dengan pengamatan lainnya pada model regresi. Jika nilai $DW < dL$ atau $DW > (4-dl)$ maka terdapat autokorelasi dan jika nilai DW terletak antara dU dan $(4-dU)$ maka tidak ada autokorelasi menggunakan rumus $dU < d < 4 - dU$.

2.5.4 Uji Heterokedastisitas

Menurut Ningsih, S., & Dukalang, H .H. (2019) Uji Heterokedastisitas adalah untuk melihat di dalam model regresi terdapat ketidaksamaan varian residual satu pengamatan terhadap pengamatan lain. Apabila residual satu pengamatan dengan pengamatan lain tetap maka disebut homokedastisitas dan apabila berbeda disebut heteroskedastisitas. Cara mendeteksi adanya heteroskedastisitas dapat menggunakan uji glejser, apabila setelah diuji hasilnya $sig > 0,05$ maka tidak terdapat heterokedastisitas

2.7 Kuesioner

Menurut sugiyono (2015), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan dan pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Menurut Sugiyono (2015), skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Data yang telah terkumpul melalui angket, kemudian penulis olah ke dalam bentuk kualitatif, yaitu dengan cara menetapkan skor jawaban dari pernyataan yang telah dijawab oleh responden, dimana pemberian skor tersebut didasarkan pada ketentuan Sugiyono.

2.8 Metode Stepwise

Metode stepwise merupakan metode alternatif dalam analisis regresi yang membantu proses analisis untuk mendapatkan model yang memberikan kontribusi tinggi (Wohon et al, 2017). Berbeda dengan ketiga metode pemilihan yang lain, metode stepwise memperhitungkan korelasi parsial sebagai prosedur dalam analisis. Korelasi parsial dihitung dari residual hasil meregresikan antar variabel independen yang satu dengan yang lain. Kriteria pemilihan model pada umumnya sama yaitu dengan melihat nilai R-sq yang cenderung stabil dimana nilai s yang dihasilkan mendekati nilai varians data tersebut.

2.9 Teknik Sampling

Teknik sampling atau penarikan sampel dalam penelitian kualitatif erat kaitanya dengan faktor-faktor kontekstual, sehingga sampling dalam hal ini adalah untuk menyaring sebanyak mungkin informasi dari berbagai macam sumber dan bangunannya. Tujuannya untuk merinci kekhususan dalam ramuan yang unik, sehingga dapat menggali informasi yang akan menjadi dasar dari rancangan dan teori yang akan muncul (Moleong, 2004). Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling. Subyek yang dipilih menjadi sampel harus sesuai dengan ciri-ciri khusus yang dimiliki sampel.

2.10 Transportasi Udara

Angkutan udara adalah setiap kegiatan dengan menggunakan pesawat udara untuk mengangkut penumpang, kargo, dan/atau pos untuk satu perjalanan atau lebih dari satu bandar udara ke bandar udara yang lain atau beberapa bandar udara.

Menurut Undang-undang Nomor 1 Tahun 2009 Tentang Penerbangan angkutan udara terbagi dalam beberapa jenis, yaitu :

1. Angkutan udara dalam negeri

Angkutan udara dalam negeri adalah kegiatan angkutan udara niaga untuk melayani angkutan udara dari satu bandar udara ke bandar udara lain di dalam wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia.

2. Angkutan udara luar negeri,

Angkutan udara luar negeri, adalah kegiatan angkutan udara niaga untuk melayani angkutan udara dari satu bandar udara di dalam negeri ke bandar udara lain di luar wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia dan sebaliknya.

3. Angkutan udara niaga,

Angkutan udara niaga adalah angkutan udara untuk umum dengan memungut pembayaran.

4. Angkutan udara perintis,

Angkutan udara perintis adalah kegiatan angkutan udara niaga dalam negeri yang melayani jaringan dan rute penerbangan untuk menghubungkan daerah terpencil dan tertinggal atau daerah yang belum terlayani oleh moda transportasi lain dan secara komersial belum menguntungkan.

2.11 Pemilihan Moda Transportasi

Nasution (2008: 40) menjelaskan beberapa sifat khusus yang melekat pada permintaan akan jasa transportasi dan yang membedakannya dengan permintaan terhadap barang-barang lainnya, yaitu sebagai berikut:

1. Derived demand, permintaan akan jasa angkutan merupakan suatu permintaan yang bersifat turunan, saduran atau dalam istilah ekonomi, lazim disebut derived demand. Dengan demikian, permintaan akan jasa transportasi baru akan ada apabila ada faktor-faktor yang mendorongnya. Permintaan jasa transportasi tidak berdiri sendiri, melainkan tersembunyi dibalik kepentingan yang lain. Permintaan akan jasa angkutan baru akan timbul apabila ada hal-hal dibalik permintaan itu, misalnya keinginan untuk rekreasi, keinginan untuk sekolah atau untuk berbelanja, keinginan untuk menengok keluarga yang sakit, dan sebagainya.
2. Permintaan akan jasa transportasi pada dasarnya adalah seketika/tidak mudah untuk digeser atau ditunda dan sangat dipengaruhi oleh fluktuasi waktu yang dapat bersifat harian, mingguan, bulanan atau tahunan.
3. Permintaan akan jasa transportasi sangat dipengaruhi oleh elastisitas pendapatan. Perilaku hukum Engel berlaku disini, di mana Engel mengatakan bahwa apabila pendapatan dari

seseorang naik, maka orang tersebut akan sebanding mengurangi pengeluarannya untuk memperoleh barang-barang kebutuhan sehari-hari-dan menggantikannya dengan barang-barang yang lebih mewah atau sekunder.

4. Pada hakikatnya, tidak tanggap/perasa terhadap perbedaan tingkat biaya transportasi untuk pengangkutan penumpang, tetapi sangat perasa/tanggap terhadap pengangkutan barang. Ini berarti permintaan penumpang bersifat inelastis, sedangkan permintaan pengangkutan barang bersifat elastis.
5. Jasa transportasi adalah jasa campuran (product mixed). Permintaan akan jasa transportasi adalah kompleks karena permintaan tersebut tidak hanya dilandasi oleh keinginan untuk memindahkan sesuatu dari satu tempat ke tempat lain, tetapi banyak variabel-variabel lain yang memengaruhi keinginan untuk memindahkan barang tersebut, seperti kecepatan, keamanan, keselamatan, ketepatan, kenyamanan, keterandalan, dan sebagainya.

Selanjutnya Nasution (2008: 41) menjelaskan bahwa permintaan dan pemilihan pemakai jasa angkutan (users) akan jenis jasa transportasi ini sangat ditentukan oleh beberapa faktor, yaitu sebagai berikut:

1. Sifat-sifat dari muatan (physical characteristics)
Barang-barang yang nilainya tinggi dipadu dengan volume yang tidak besar, seperti komponen-komponen elektronik untuk peralatan yang mahal, baju-baju, terutama mode baju baru (fashion goods), dan lain-lain, biasanya diangkut melalui transportasi udara. Barang-barang bernilai rendah dipadu dengan volume yang besar, biasanya dibawa melalui laut, jalan raya dan jalan baja (kereta api).
2. Biaya Transportasi
Makin rendah biaya transportasi, makin banyak permintaan akan jasa transportasi. Tingkat biaya transportasi merupakan faktor penentu dalam pemilihan jenis jasa transportasi.
3. Tarif transportasi
Tarif transportasi yang ditawarkan oleh pelbagai macam moda transportasi, untuk tujuan yang sama, seperti tarif angkutan untuk Jakarta-Surabaya yang ditawarkan oleh perusahaan kereta api, perusahaan bis, dan perusahaan penerbangan akan memengaruhi pemilihan moda transportasi.
4. Pendapatan pemakai jasa angkutan (user)
Apabila pendapatan penumpang naik, maka akan lebih banyak jasa transportasi yang akan dibeli oleh para penumpang.
5. Kecepatan angkutan

Pemilihan ini sangat bergantung pada faktor waktu yang dimiliki oleh penumpang. Bagi mereka yang mempunyai waktu sedikit, biasanya mencari atau memilih moda transportasi yang cepat, jadi faktor kecepatan yang menentukan pemilihan moda transportasi. Sebaliknya, bagi mereka yang mempunyai waktu yang banyak biasanya memilih moda transportasi yang memberikan kepadanya suatu kesantiaian (relaxation). Kecepatan, terutama penting untuk barang-barang yang lekas busuk/rusak atau untuk segera dapat memanfaatkan perbedaan harga (antar pasar).

6. Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan terdiri atas frekuensi, pelayanan baku (standard of service), kenyamanan, ketepatan (reliability), keamanan, dan keselamatan.