

---

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS RUANG  
TUNGGU TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA JASA BANDAR  
UDARA AJI PANGERAN TUMENGGUNG PRANOTO  
SAMARINDA 2024**

Sri Wahyuning<sup>1</sup>, Cinthia Mutiara Hapsari<sup>2</sup>, Purnama Andri Murdapa<sup>3</sup>, Jikri  
Nurhafidh Mulki<sup>4</sup>

<sup>1-4</sup>Akademi Manajemen Administrasi Yogyakarta  
Email : wahyuning@amayogyakarta.ac.id

**ABSTRACT**

*Transportation in the current era has become an inseparable need for human life, because transportation is one of the tools that connects from one region to another, and transportation is one of the things that determines the development of a country, the more sophisticated the transportation of a country, the more advanced the country is. The purpose of this study is to determine the effect of service quality and facilities on service users at APT Pranoto Samarinda Airport. The research method used is quantitative. The research population is all service users, the sample used is 100 respondents. The research data was obtained through a questionnaire analyzed using the t and f tests. The results of the study show that: Service quality affects the satisfaction of service users which has a t-count value (2.03) > t table value (1.66) and a significant level (0.04) < (0.05). Facilities do not affect the satisfaction of service users which has a t-count value (0.27) < t table (1.66) and a significant level (0.78) > (0.05). and simultaneously the variables of service quality and facilities do not affect the satisfaction of service users where the calculated f value (2.096) < f table (3.09) and the level of significance (0.129) > (0.05).*

*Keywords: Service Quality, Waiting Room Facilities, Service User Satisfaction*

**PENDAHULUAN**

Transportasi pada era saat ini sudah menjadi sebuah kebutuhan yang tak terpisahkan bagi kehidupan manusia, karena transportasi merupakan salah satu alat yang menghubungkan dari satu wilayah ke wilayah yang lain, dan transportasi merupakan salah satu hal yang menentukan perkembangan suatu negara, semakin canggih transportasi suatu negara semakin maju pula negara tersebut. Meningkatnya permintaan jasa transportasi tersebut juga diikuti semakin banyak penyedia jasa transportasi yang pelayanan dan fasilitasnya semakin baik. Bahkan pada saat ini adanya angkutan khusus yang dipersiapkan oleh tujuan dan juga dari tempat tujuan menuju ke bandara(Mursyid, Agung Hartadi, 2024).

Tahun 2021 hingga tahun 2023, peningkatan penggunaan jasa angkutan udara di Bandara ini rata-rata 12,7% per tahun, dengan rata-rata jumlah pengunjung per tahun sebesar 765.804,6 (Bandar Udara APT Pranoto, 2024). Upaya pemerintah Provinsi Kalimantan Timur dalam meningkatkan status Bandara APT Pranoto di dukung oleh kualitas layanan dan peralatan yang lebih baik dengan harapan dapat meningkatkan kenyamanan dan keamanan sistem bandara. Tanggung jawab Pengelola Bandar udara dalam memenuhi fasilitas bandar udara didasarkan pada undang-undang Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 2009 pasal 219 ayat (1) yaitu setiap badan usaha bandar udara atau unit penyelenggara bandar udara wajib menyediakan fasilitas bandar udara untuk memenuhi persyaratan keselamatan dan keamanan penerbangan, serta pelayanan fasilitas penunjang bandara yang lainnya, tetapi juga dituntut untuk memperbaiki kualitas jasanya dengan cara selalu memperhatikan hal yang menjadi kebutuhan dan harapan dari penumpang pesawat terbang, sebagai akibatnya para penumpang merasa terpuaskan terhadap jasa yang ditawarkan. Setiap calon penumpang pasti mengharapkan fasilitas yang memadai serta memberikan rasa nyaman dan kondusif saat menunggu kedatangan pesawat terbang di ruang tunggu hingga pada saat akan boarding.

Menurut Tjiptono (2008), kepuasan pelanggan merupakan perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Kepuasan pelanggan ditentukan oleh persepsi pelanggan atas performance produk atau jasa dalam memenuhi harapan pelanggan, pelanggan merasa puas apabila harapan terpenuhi atau akan sangat puas jika harapannya terlampaui (Hasibuan P. H., 2016). Kepuasan pelanggan dalam perusahaan jasa merupakan hal yang sangat penting dalam kelangsungan hidup perusahaan jasa tersebut, karena kepuasan pelanggan adalah yang menjadi tujuan utama dalam pelayanan jasa kepada pelanggan.

Sebagai pengelola bandar udara, peran pemerintah setempat dalam meningkatkan kualitas pelayanan bagi pengguna jasa bandar udara juga semakin berkembang. Kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan adalah kunci utama kepuasan penumpang, sehingga dalam mengukur kepuasan pengguna jasa angkutan udara di Bandara APT Pranoto Samarinda diterapkan lima parameter kualitas pelayanan, antara lain: Bukti fisik meliputi perlengkapan fisik, penggunaan perangkat, dan penampilan petugas yang sopan dan menarik; Keandalan adalah akurasi waktu pelayanan, serta dengan memberikan pelayanan yang setara kepada semua pelanggan tanpa terkecuali, dan sikap peduli dan santun; Ketanggapan meliputi kesediaan untuk membantu pelanggan dan memberikan informasi dan layanan yang tidak hanya cermat namun jelas dan ringkas; Dukungan akan pengetahuan, e-tiket, dan kemampuan petugas bandara dalam merangsang kepercayaan pengguna jasa; Terakhir adalah empati, yang melibatkan perhatian yang tulus dan eksklusif.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui secara parsial pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna jasa transportasi bandar udara APT Pranoto Samarinda.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Bandar Udara**

Menurut ICAO (International Civil Aviation Organization) dalam Winaya (2017), bandar udara adalah area tertentu di daratan atau perairan (termasuk bangunan, instalasi dan peralatan pengoperasian bandar udara) yang diperuntukkan baik secara keseluruhan atau sebagian untuk kedatangan, keberangkatan dan pergerakan pesawat.

Bandar udara terbagi atas dua bagian yaitu bagian sisi darat (landside) dan bagian sisi udara (airside). Bagian sisi darat (landside) meliputi terminal bandar udara (concourse), area parkir kendaraan, curb, dan sistem akses masuk ke terminal. Sedangkan bagian sisi udara (airside) meliputi landasan pacu (runway), area parkir pesawat (apron), landasan penghubung (taxiway), tempat parkir pesawat (gate/parking stand), hanggar, air traffic controller, air rescue service, dan fuel (Winaya, 2017).

Bandar Udara adalah lapangan terbang yang dipengaruhi untuk mendarat dan lepas landas pesawat udara, naik turun penumpang, dan atau bongkar muat kargo dan atau pos, serta dilengkapi dengan fasilitas keselamatan penerbangan dan sebagai tempat perpindahan antar moda transportasi. Suatu bandara mencakup suatu kumpulan kegiatan yang luas yang mempunyai kebutuhan yang berbeda dan terkadang saling bertentangan antar satu kegiatan dengan kegiatan lainnya. Kegiatan keamanan membatasi sedikit mungkin hubungan (pintu-pintu) anatar sisi darat dan sisi udara, sedangkan kegiatan pelayanan memerlukan sebanyak mungkin pintu terbuka dari sisi darat ke sisi udara agar pelayanan berjalan lancar, kegiatan-kegiatan itu saling tergantung satu sama lainnya sehingga suatu kegiatan tunggal dapat dibatasi kapasitas dari keseluruhan kegiatan (Herisman, 2021).

Menurut Hersman (2021) berdasarkan fungsinya maka bandar udara merupakan tempat penyelenggara kegiatan pemerintah dan atau pengusaha. Sebagai tempat penyelenggara pemerintah maka bandar udara merupakan tempat unit kerja instansi pemerintah dalam menjalankan tugas dan fungsinya terhadap masyarakat sesuai dengan perundang-undangan dalam urusan antar lain : a) pembinaan kegiatan penerbangan, b) kepabeangan, c) keimigrasian, d) kekarantinaan

### **Kualitas Pelayanan**

Sugihartono dalam Hasibuan (2016) mendefinisikan kualitas pelayanan merupakan suatu cara untuk membandingkan antara persepsi layanan yang diterima pelanggan dengan layanan yang sesungguhnya diharapkan pelanggan, apabila layanan diharapkan pelanggan lebih besar dari layanan yang nyata-nyata diterima pelanggan maka dapat dikatakan bahwa layanan tidak bermutu, sedangkan jika layanan yang diharapkan pelanggan lebih rendah dari layanan yang nyata-nyata diterima pelanggan, maka dapat dikatakan bahwa layanan

bermutu, dan apabila layanan yang diterima sama dengan layanan yang diharapkan maka layanan tersebut dikatakan memuaskan. Dengan begitu kualitas pelayanan merupakan suatu cara untuk mengetahui seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang diterima (Mursyid et al., 2021).

Menurut Tjiptono dalam Hasibuan (2016) kalitas pelayanan dipandang sebagai salah satu komponen yang perlu diwujudkan oleh perusahaan, karena memiliki pengaruh untuk mendatangkan konsumen baru dan dapat mengurangi kemungkinan pelanggan lama untuk berpindah ke perusahaan lain. Kualitas pelayanan didefinisikan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Ada sepuluh kriteria umum atau standar yang menentukan kualitas suatu jasa, yaitu:

1. *Tangibles* (bukti fisik) yang dirasakan yaitu bukti fisik jasa bisa berupa fasilitas fisik, peralatan yang dipergunakan, representasi fisik dari jasa.
2. *Reliability* (keandalan) mencakup dua hal pokok, yaitu konsisten kerja performance dan kemampuan untuk dipercaya.
3. *Responsiviness* (ketanggapan) yaitu kemauan atau kesiapan para karyawan untuk memberikan jasa yang dibutuhkan pelanggan.
4. *Competency* (kemampuan) artinya setiap orang dalam suatu perusahaan memiliki keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan agar dapat memberikan jasa tersebut.
5. *Courtesy* (tata krama) meliputi sikap sopan santun, respek, perhatian dan keramahan yang dimiliki para contact personal.
6. *Credibility* (sifat jujur) yaitu sikap jujur dan dapat dipercaya. Kredibilitas mencakup nama perusahaan, reputasi perusahaan, karakteristik pribadi, dan interaksi dengan pelanggan.
7. *Security* (keamanan) yaitu aman dari bahaya, resiko atau keragu-raguan.
8. *Access* (akses) yaitu kemudahan untuk dihubungi dan ditemui. Hal ini berarti lokasi fasilitas jasa yang mudah dijangkau, waktu menunggu yang tidak terlalu lama, saluran komunikasi perusahaan mudah dihubungi.
9. *Communication* (komunikasi) artinya memberikan informasi kepada pelanggan dalam bahasa yang dapat mereka pahami, serta selalu mendengarkan saran dan keluhan pelanggan.
10. *Understanding the Customer* (perhatian pada pelanggan) yaitu usaha untuk memahami kebutuhan pelanggan.

Ada sepuluh dimensi dapat disederhanakan menjadi lima dimensi yang perlu diperhatikan untuk menyatakan pengukuran kualitas pelayanan (Hasibuan, 2016), sebagai berikut:

1. *Tangible* (bukti fisik). Dimensi tangible ini meliputi tampilan fisik seperti gedung, area parkir, ruang tunggu, peralatan, penampilan pegawai, peralatan komunikasi, brosur, dan formulir yang digunakan. Aspek tangible yang baik

akan menjadikan harapan pelanggan relatif tinggi. Dengan demikian pelayanan perusahaan juga mengimbangi penampilan aspek tangiblenya.

2. *Reliability* (keandalan). Dimensi ini mengukur keandalan suatu organisasi atau perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggannya sesuai dengan yang dijanjikan, sehingga memuaskan pelanggan. Hal ini berarti perusahaan memberikan pelayanan secara tepat. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan akurasi yang tinggi.
3. *Responsiveness* (daya tanggap). Merupakan keinginan dan kesediaan para karyawan untuk membantu para pelanggan memberikan layanan dengan tanggap dan sebaik mungkin. Atau memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan, dengan menyampaikan informasi yang jelas.
4. *Assurance* (jaminan). Merupakan pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan, bebas dari resiko, bahaya fisik, atau keragu-raguan.
5. *Emphaty* (empati). Memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Meliputi kemudahan dalam menjalin hubungan, komunikasi yang efektif, perhatian personal, dan pemahaman atau kebutuhan individual para pelanggan.

### **Fasilitas**

Fasilitas merupakan segala sesuatu yang memudahkan konsumen dalam menggunakan jasa perusahaan tersebut. Fasilitas adalah sumberdaya fisik yang ada dalam sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas merupakan segala sesuatu yang memudahkan konsumen dalam usaha yang bergerak di bidang jasa, maka segala fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, kelengkapan, desain interior, dan eksterior serta kebersihan fasilitas harus diperhatikan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan atau didapat konsumen secara langsung. Pelanggan memang harus dipuaskan, sebab kalau tidak puas akan meninggalkan perusahaan dan menjadi pelanggan pesaing. Hal ini akan menjadikan penurunan penjualan dan pada gilirannya akan menurunkan pendapatan perusahaan. Sedangkan menurut Kotler dalam Zuardi (2016) mendefinisikan fasilitas yaitu segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen.

Fasilitas terdiri dari 2 (dua) jenis yakni fasilitas fisik dan non fisik (Zuardi, 2016) :

#### **1. Fasilitas Fisik.**

Fasilitas fisik adalah aktivitas maupun materi yang dapat melayani konsumen saat beraktivitas belanja, yaitu utilitas umum termasuk parkir, tempat penitipan barang, kamar mandi, kerapian susunan barang. Ketersediaan infrastruktur kota dan fasilitas kota secara bersama sering disebut sebagai

fasilitas umum (*urban public facilities*). Infrastruktur kota meliputi gas, air, listrik, telepon, dan drainase, pembuangan sampah dan jalan.

Apabila dikaitkan dengan pasar tradisional maka fasilitas materiil meliputi:

- a. Kamar mandi untuk pengunjung pasar
- b. Pengelolaan sampah
- c. Pengelolaan saluran air atau parit
- d. Ruang atau meja toko tempat berjualan
- e. Penataan barang dagangan
- f. Area parkir
- g. Fasilitas tempat ibadah
- h. Ketersediaan mesin ATM.

Menurut Amro dalam Zuardi (2016) fasilitas fisik sangat terkait dengan kebersihan dan ketersediaan fasilitas fisik. Kebersihan adalah keadaan bebas dari kotoran, termasuk di antaranya, debu, sampah.

Menurut Yuliarsih dalam Zuardi (2016) dalam menentukan kepuasan pelanggan khususnya mengenai tempat, faktor kebersihan juga memiliki pengaruh yang sangat besar sekali karena pelanggan dimanapun juga memiliki keinginan yang sama dimana dalam mendapatkan kebutuhan khususnya makanan, tempatnya harus benar-benar bersih, sehat dan terbebas dari kuman penyakit. Kebersihan adalah segala usaha untuk memelihara dan mempertinggi derajat kesehatan. Secara umum kata sanitasi mengandung dua pengertian, yaitu usaha pencegahan penyakit dan kesehatan lingkungan hidup. Pasar atau tempat jualan dalam menjalankan usahanya harus memenuhi syarat higienitas. Persyaratan higienitas yang harus dipenuhi berdasarkan indikator dari kebersihan antara lain :

- a. Memiliki lokasi atau tempat yang bersih.
- b. Memiliki fasilitas sanitasi atau kebersihan yang baik.
- c. Menyimpan dan menyajikan makanan yang terjaga kebersihannya.
- d. Memiliki standar pengolahan yang tinggi.

Menurut Yuliarsih dalam Zuardi (2016) kebersihan mempunyai pengaruh positif terhadap perpindahan konsumen dalam menentukan tempat pembelian atau tempat pelanggan. Hal serupa dinyatakan oleh Riyanto dalam Amri (2013) bahwa kebersihan dapat mempengaruhi konsumen menentukan keputusan perpindahan merek dalam memperoleh barang atau jasa yang diinginkan.

Kautsari dkk (2013) menyatakan bahwa kebersihan pasar merupakan faktor yang dominan mempengaruhi konsumen ketika pelanggan di pasar tradisional. Kebersihan pasar tradisional berkaitan dengan kebersihan sarana dan prasarana pasar serta kebersihan toko atau gerai tempat berjualan.

## 2. Fasilitas Non Fisik

Fasilitas non fisik adalah segala sesuatu yang bersifat mempermudah dan memperlancar kegiatan sebagai akibat bekerjanya nilai-nilai non fisik

misalnya menyangkut aspek keamanan dan keramahan dari penjual. Pada pasar tradisional aspek fasilitas non fisik terdiri dari :

- a. Keamanan saat berbelanja
- b. Keadaan dan suasana pasar tidak panas.
- c. Jauh dari bau yang tidak sedap
- d. Keramahan penjual

Fasilitas non fisik dapat dirasakan oleh konsumen dalam bentuk kenyamanan. Kenyamanan atau nyaman adalah suatu keadaan segar, sehat, sedap, sejuk dan enak (Amri, 2013). Sedangkan menurut Carpenito dalam Zuardi (2016) kenyamanan lingkungan adalah suatu keadaan yang membuat seseorang terlindung dari ancaman psikologis. Perubahan kenyamanan lingkungan akan menyebabkan perasaan yang tidak nyaman dan respon terhadap stimulus yang berbahaya.

Kondisi nyaman menunjukkan keadaan yang bervariasi untuk setiap individu, sehingga kenyamanan bersifat subjektif dan berhubungan dengan keadaan tingkat aktivitas, pakaian, suhu udara, kecepatan angin, rata-rata suhu pancaran radiasi, dan kelembaban udara. Manusia akan merasa nyaman pada suhu lingkungan 20°C sampai 25°C, pada suhu tubuh 37°C, dalam keadaan normal.

### **Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan pelanggan adalah hasil yang dirasakan oleh pembeli yang mengalami kinerja sebuah perusahaan yang sesuai dengan harapannya. Pelanggan merasa puas kalau harapan mereka terpenuhi, dan merasa amat gembira kalau harapan mereka terlampaui. Pelanggan yang puas cenderung tetap loyal lebih lama, membeli lebih banyak, kurang peka terhadap perubahan harga dan pembicaraannya menguntungkan perusahaan (Hasibuan, 2016).

Menurut Zethaml dalam Hasibuan (2016) kepuasan pelanggan adalah penilaian pelanggan atas produk ataupun jasa dalam hal menilai apakah produk atau jasa tersebut telah memenuhi kebutuhan dan ekspektasi pelanggan.

Tjiptono dalam Hasibuan (2016) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai evaluasi secara sadar atau penilaian kognitif menyangkut apakah kinerja produk relatif bagus atau jelek atau apakah produk bersangkutan cocok atau tidak cocok dengan tujuan/ pemakaiannya.

Indikator yang dapat mengukur kepuasan pelanggan menurut Lupiyadi (2016) sebagai berikut:

1. Kualitas produk, yaitu pelanggan akan merasa puas bila hasil mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
2. Kualitas pelayanan atau jasa, yaitu pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
3. Emosi, yaitu pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih

tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi sosial atau self esteem yang membuat pelanggan merasa puas terhadap merek tertentu.

4. Harga, yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggan.
5. Biaya, yaitu pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

Pengukuran indikator kepuasan layanan jasa yang dilakukan sendiri dikemukakan oleh Zeithaml, et al dalam Hasibuan (2016):

1. Mengatasi masalah saat dalam situasi yang sulit. Konsumen akan merasa puas jika jasa yang diberikan dapat mengatasi masalah/ keperluan mendesak
2. Lebih baik dari alternatif lain. Konsumen akan merasa puas jika jasa yang dilakukan lebih baik dari alternatif lain dari segi mudah digunakan, menghindari layanan personel, menghemat waktu, kapanpun, dimanapun, menghemat uang.
3. Melakukan Tugasnya. Karena banyak kegagalan teknologi, maka konsumen akan merasa puas jika teknologi yang digunakan dapat berjalan sesuai dengan fungsinya.

Menurut Tjiptono dalam Hasibuan (2016) ada empat metode yang banyak digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan. Menurut Kotler yang dikutip dari buku *Total Quality Management* diantaranya :

1. Sistem Keluhan dan saran. Memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi para pelanggan untuk menyampaikan saran, kritik, pendapat dan keluhan mereka. Media yang digunakan bisa berupa kotak saran, komentar, saluran telepon khusus bebas pulsa dan lain-lain.
2. *Ghost Shopping*. Salah satu metode untuk mengetahui gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa ghost shoppers untuk berperan sebagai pelanggan potensial jasa perusahaan dan pesaing. Kemudian mereka melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam membeli produk-produk tersebut.
3. *Lost Customer Analysis* (analisis pelanggan yang hilang). Perusahaan semestinya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah beralih pemasok agar dapat memahami mengapa hal ini terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan dan penyempurnaan selanjutnya.
4. Survei Kepuasan Pelanggan. Umumnya sebagian besar penelitian mengenai kepuasan pelanggan menggunakan metode survei baik via pos, telepon, e-mail maupun wawancara langsung.

## **Hipotesis**



1. Diduga secara parsial variabel Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Pengguna Jasa (Y) di Bandar Udara APT Pranoto Samarinda.
2. Diduga secara parsial variabel Fasilitas Ruang Tunggu (X2) berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Pengguna Jasa (Y) di Bandar Udara APT Pranoto Samarinda.
3. Diduga secara simultan variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan variabel Fasilitas Ruang Tunggu (X2) berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Pengguna Jasa (Y) di Bandar Udara APT Pranoto Samarinda.

### METODE PENELITIAN

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna jasa bandar udara AP I Pranoto Samarinda. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah:

$$n = \frac{(1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5}{(0.1)^2} = 96,04$$

Maka diperoleh hasil jumlah sampel minimal yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 96 responden yang akan dibulatkan oleh peneliti menjadi 100 responden.

Penghimpunan data dalam studi ini dilakukan dengan metode pengumpulan kuesioner, observasi, dokumentasi, serta studi pustaka (Mursyid, 2019).

Metode analisis data yang digunakan adalah, dengan tahapan meliputi:

1. Uji Instrumen, meliputi; uji validitas, reliabilitas, dan normalitas.
2. Uji Hipotesis yang meliputi; uji t, uji f, dan uji koefisien determinasi.

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### Analisis Statistik Deskriptif

#### 1. Karakteristik Responden Deskriptif Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan jenis kelamin, responden dibagi menjadi 2 kelompok yaitu berjenis kelamin laki-laki dan berjenis kelamin perempuan. Responden berdasarkan jenis kelamin ditunjukkan pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Laki-laki	53	53.0	53.0	53.0
Perempuan	47	47.0	47.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer diolah, 2024

Data tabel 1, hasil penelitian yang dilakukan terhadap 100 responden, berdasarkan jenis kelamin, maka dapat diketahui 53% atau 53 responden berjenis kelamin laki-laki dan 47% atau 47 responden berjenis kelamin perempuan. Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa responden berjenis

kelamin laki-laki lebih dominan dibandingkan responden berjenis kelamin perempuan.

**2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

Berdasarkan usia, responden dibagi menjadi 4 kelompok yaitu 17-20 tahun, 21-30 tahun, 31-40 tahun, dan >40 tahun. Responden berdasarkan usia ditunjukkan pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 2. Responden Berdasarkan Usia**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 21-30 thn	52	52.0	52.0	52.0
31-40 thn	40	40.0	40.0	92.0
>40 thn	8	8.0	8.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer diolah, 2024

Data tabel 2, hasil penelitian yang dilakukan terhadap 100 responden berdasarkan usia, maka dapat diketahui 52% atau 52 responden berusia 21-30 tahun, 40% atau 40 responden berusia 31-40 tahun, dan 8% atau 8 responden berusia >40. Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa responden yang berusia 21-30 tahun lebih dominan dibandingkan tingkatan usia responden lainnya.

**3. Karakteristik Responden Berdasarkan Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

Berdasarkan pendidikan terakhir, responden dibagi menjadi 5 kelompok yaitu SMA/Sederajat, D3, S1, dan S2 dan S3. Responden berdasarkan pendidikan terakhir ditunjukkan pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 3. Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SMA/SEDERAJAT	41	41.0	41.0	41.0
DIPLOMA/D3	10	10.0	10.0	51.0
S1	42	42.0	42.0	93.0
S2	7	7.0	7.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer diolah, 2024

Data tabel 3, hasil penelitian yang dilakukan terhadap 100 responden berdasarkan pendidikan terakhir, maka dapat diketahui 41% atau 41 dengan pendidikan terakhir SMA/Sederajat, 10% atau 10 responden dengan pendidikan terakhir Diploma III (D3), 42% atau 42 responden dengan pendidikan terakhir Strata I (S1), dan 7% atau 7 responden dengan pendidikan terakhir Strata II (S2). Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa responden dengan pendidikan terakhir Strata I (S1) lebih dominan dibandingkan tingkatan pendidikan terakhir responden lainnya.

**4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

Berdasarkan pekerjaan, responden dibagi menjadi 4 kelompok yaitu Pelajar/mahasiswa, PNS, Swasta, dan lainnya. Responden berdasarkan pekerjaan ditunjukkan pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 4. Responden Berdasarkan Pekerjaan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Pelajar/Mahasiswa	15	15.0	15.0	15.0
SWASTA	43	43.0	43.0	58.0
Lainnya	42	42.0	42.0	100.0
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

Sumber: Data Primer diolah, 2024

Data tabel 4, hasil penelitian yang dilakukan terhadap 100 responden berdasarkan pekerjaan, maka dapat diketahui 15% atau 15 responden adalah pelajar/ mahasiswa, 743% atau 43 responden bekerja di Swasta, dan 42% atau 42 responden menjawab lainnya termasuk dalam ibu rumah tangga, wirausaha, dan lainnya. Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa responden yang bekerja di Swasta lebih dominan dibandingkan pekerjaan responden lainnya.

## Uji Instrumen

### 1. Uji Validitas

Data yang dihasilkan dari r tabel ke 50 adalah 0,235. Hasil uji validitas ditunjukkan pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 5. Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X1)**

Variabel	Item Pertanyaan	Person Correlation	R tabel	N	Ket
Kualitas Pelayanan (X1)	C1	0,411	0,235	50	Valid
	C2	0,556	0,235	50	Valid
	C3	0,513	0,235	50	Valid
	C4	0,381	0,235	50	Valid
	C5	0,554	0,235	50	Valid
	C6	0,513	0,235	50	Valid
	C7	0,372	0,235	50	Valid
	C8	0,395	0,235	50	Valid
	C9	0,432	0,235	50	Valid
	C10	0,350	0,235	50	Valid

Sumber: Data Primer diolah, 2024

Dari tabel 5 di atas dapat diketahui bahwa item pernyataan pada variabel Kualitas Pelayanan (X1) menunjukkan hasil r hitung > r tabel, maka seluruh item pernyataan dinyatakan valid.

**Tabel 6. Uji Validitas Fasilitas Ruang Tunggu (X2)**

Variabel	Item	Person	R tabel	N	Ket
----------	------	--------	---------	---	-----

	Pertanyaan	Correlation			
Fasilitas Ruang Tunggu (X2)	D1	0,275	0,235	50	Valid
	D2	0,434	0,235	50	Valid
	D3	0,365	0,235	50	Valid
	D4	0,551	0,235	50	Valid
	D5	0,304	0,235	50	Valid
	D6	0,342	0,235	50	Valid
	D7	0,393	0,235	50	Valid
	D8	0,256	0,235	50	Valid
	D9	0,261	0,235	50	Valid
	D10	0,308	0,235	50	Valid
	D11	0,457	0,235	50	Valid
	D12	0,454	0,235	50	Valid
	D13	0,513	0,235	50	Valid
	D14	0,548	0,235	50	Valid

Sumber: Data Primer diolah, 2024

Dari tabel 6 di atas dapat diketahui bahwa item pernyataan pada variabel Fasilitas (X2) menunjukkan hasil  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, maka seluruh item pernyataan dinyatakan valid.

**Tabel 7. Hasil Uji Validitas Kepuasan Pengguna Jasa (Y)**

Variabel	Item Pertanyaan	Person Correlation	R tabel	N	Ket
Kepuasan Pengguna Jasa (Y)	E1	0,544	0,235	50	Valid
	E2	0,410	0,235	50	Valid
	E3	0,445	0,235	50	Valid
	E4	0,399	0,235	50	Valid
	E5	0,449	0,235	50	Valid

Sumber: Data Primer diolah, 2024

Dari tabel 7 di atas dapat diketahui bahwa item pernyataan pada variabel Kepuasan Pengguna Jasa (Y) menunjukkan hasil  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, maka seluruh item pernyataan dinyatakan valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Dalam penelitian ini uji reliabilitas dilakukan dengan membandingkan nilai *Crombach's Alpha* dengan nilai *Alpha Standart*. Hasil uji reliabilitas ditunjukkan pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 8. Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach's Alpa	Alpa Standart	Ket
Kualitas Pelayanan (X1)	1,229	0,70	Reliable
Fasilitas Ruang Tunggu (X2)	1,273	0,70	Reliable
Kepuasan Pengguna Jasa (Y)	1,159	0,70	Reliable

Sumber: Data Primer diolah, 2024

Pada tabel 8 di atas menunjukkan bahwa nilai *Crombach's Alpha* > *Alpha Standart* (0,70), maka pernyataan pada variabel X1, X2 dan Y dinyatakan *reliable*.

### Uji Normalitas

**Tabel 9. Hasil Uji Normalitas One-Sampel Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.13590560
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.093
	Positive	.087
	Negative	-.093
Test Statistic		.093
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data Primer diolah, 2024

Berdasarkan tabel 9 di atas diketahui bahwa nilai *Asymp. Sig* sebesar 0,200 > 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual dari tiga variabel berdistribusi normal.

### Uji Hipotesis

#### 1. Uji Regresi Linear Berganda

Metode uji regresi linear berganda ini dimaksudkan untuk mengetahui seberapa besar tingkat pengaruh kualitas pelayanan (X1) dan fasilitas ruang tunggu (X2) terhadap kepuasan pengguna jasa (Y). Hasil uji regresi linear berganda ialah sebagai berikut

Tabel 10. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
	B	Std. Error	Coefficients Beta		
1 (Constant )	0.500	0.150		3.33	0.002
X1	0.420	0.110	.401	3.82	0.000
X2	0.350	0.120	.385	2.92	.005

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna Jasa

Sumber: Data Primer Diolah, 2024

Persamaan pada analisis regresi linear berganda dapat dituliskan dalam bentuk sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Variabel Kepuasan Pengguna Jasa

a = Konstanta

b<sub>1</sub>; b<sub>2</sub> = Koefisien Regresi Variabel Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Ruang Tunggu

X<sub>1</sub>; X<sub>2</sub> = Variabel Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Ruang Tunggu

e = Standar Error

Dari hasil uji didapatkan persamaan regresi :

$$Y = 0,500 + 0,420X_1 + 0,350X_2 + e$$

Koefisien-koefisien persamaan regresi linear berganda di atas dapat diartikan koefisien regresi untuk nilai koefisien regresi untuk nilai konstan sebesar 0,500, menunjukkan bahwa jika variabel kualitas pelayanan dan fasilitas ruang tunggu mempengaruhi kepuasan pengguna jasa sebesar 0,500 satuan.

Variabel kualitas pelayanan (X<sub>1</sub>) sebesar 0,420 menunjukkan bahwa jika variabel kualitas pelayanan meningkat 1 satuan maka akan meningkatkan kepuasan pengguna jasa sebesar 0,401 satuan.

Variabel fasilitas ruang tunggu (X<sub>2</sub>) sebesar 0,350 menunjukkan bahwa jika variabel dukungan fasilitas ruang tunggu meningkat 1 satuan maka akan meningkatkan kepuasan pengguna jasa sebesar 0,385 satuan.

## 2. Uji t (Parsial)

Dalam penelitian ini uji t digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil uji t ditunjukkan pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 10. Hasil Uji t (Parsial)**

Variabel	t hitung	t tabel	Sig.
Kualitas Pelayanan (X <sub>1</sub> )	2,03	1,66	0,044
Fasilitas Ruang Tunggu (X <sub>2</sub> )	0,27	1,66	0,783

Sumber: Data Primer diolah, 2024

- a. Pengaruh Variabel Kualitas Pelayanan X<sub>1</sub> terhadap Kepuasan Pengguna Jasa (Y)

Pada tabel 10 hasil uji t (parsial) menunjukkan bahwa variabel X<sub>1</sub> memiliki nilai t hitung (2,03) > t tabel (1,66) dan tingkat signifikan (0,04) < (0,05), maka variabel Kualitas Pelayanan (X<sub>1</sub>) secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Pengguna Jasa (Y). Maka dapat disimpulkan bahwa H<sub>0</sub> ditolak dan X<sub>1</sub> diterima yang artinya variabel Kualitas Pelayanan (X<sub>1</sub>) berpengaruh terhadap Kepuasan Pengguna Jasa (Y). Kualitas pelayanan mampu menciptakan kepuasan pengguna jasa Hal ini dapat membantu meningkatkan pengguna jasa di bandar udara APT Pranoto. Dengan begitu target dan tujuan yang diharapkan dapat tercapai.

- b. Pengaruh Variabel Fasilitas X<sub>2</sub> terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Y

Pada tabel 4.10 hasil uji t (parsial) menunjukkan bahwa variabel X2 memiliki nilai t hitung (0,27) < t tabel (1,66) dan tingkat signifikan (0,78) > (0,05), maka variabel Fasilitas (X2) secara parsial tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pengguna Jasa (Y). Maka dapat disimpulkan bahwa H0 diterima dan Ha ditolak yang artinya variabel Fasilitas (X2) tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa (Y).

Bandar Udara APT Pranoto dapat menciptakan kepuasan terhadap pengguna jasa melalui kualitas pelayanan yang membuat peningkatan konsumen dalam beberapa tahun terakhir menjadi lebih baik.

### 3. Uji F (Simultan)

Dalam penelitian ini uji f digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen, apakah pengaruh signifikan atau tidak. Hasil uji f ditunjukkan pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 11. Hasil Uji F (Simultan)**

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	10.911	2	5.455	2.096	.129 <sup>b</sup>
	Residual	252.529	97	2.603		
	Total	263.440	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna Jasa (Y)

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X1), Fasilitas (X2)

Sumber: Data Primer diolah, 2024

Berdasarkan tabel 11 diperoleh bahwa nilai F hitung (2,096) < F tabel (3,09) dan tingkat signifikan (0,129) > (0,05), maka kedua variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Fasilitas (X2) secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Pengguna Jasa (Y). Maka dapat disimpulkan bahwa H0 diterima dan Ha ditolak yang artinya variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Fasilitas (X2) tidak berpengaruh secara serentak (simultan) terhadap Kepuasan Pengguna Jasa (Y).

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hipotesa pertama yang menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan (X1) secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Pengguna Jasa (Y) di Bandar Udara APT Pranoto Samarinda dapat diterima, karena berdasarkan perhitungan uji t di peroleh nilai t hitung variabel Kualitas Pelayanan (X1) sebesar (2,03) > nilai t tabel (1,66). Maka variabel Kualitas Pelayanan (X1) secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Pengguna Jasa (Y).
2. Hipotesa kedua yang menyatakan bahwa Fasilitas (X2) secara parsial tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pengguna Jasa (Y) di Bandar Udara APT

Pranoto Samarinda, karena berdasarkan perhitungan uji t di peroleh nilai t hitung variabel Fasilitas (X2) sebesar  $(0,27) < \text{nilai } t \text{ tabel } (1,66)$ . Maka variabel Fasilitas (X2) secara parsial tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pengguna Jasa (Y).

3. Hipotesa ketiga yang menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan (X1) dan Fasilitas (X2) secara simultan tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pengguna Jasa (Y) di Bandar Udara APT Pranoto Samarinda, karena berdasarkan perhitungan uji F di peroleh nilai F hitung sebesar  $(2,096) < \text{nilai } F \text{ tabel } (3,09)$ . Maka kedua variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Fasilitas (X2) secara simultan tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pengguna Jasa (Y).

## REFERENSI

- Amri, S., & Yoestini. (2013). Analisis Pengaruh, Kebersihan Dan Kenyamanan Di Pasar Tradisional Terhadap Perpindahan Berbelanja Dari Pasar Tradisional Ke Pasar Modern Di Kota Semarang. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi Medan*, 1(3), 46–61. <https://doi.org/10.47709/Jumansi.v1i3.2091>
- Hasibuan, P. H. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi terhadap Pengguna Jasa Bus Damri di Bandar Udara Internasional Soekarno Hatta. Jakarta. *Universitas Islam Negeri*, 1(1), 9. <https://doi.org/10.47134/aero.v1i1.2331>
- Herisman. (2021). Evaluasi Perencanaan Fasilitas Sisi Udara Di Bandar Udara Raja H.Abdullah Tanjung Balai Karimun Kepulauan Riau (Kepri). *Prosiding Seminar Intelektual Muda*. <https://doi.org/10.25105/Psia.v3i1.13022>
- Jumawan, J., & Susanto, P. C. (2023). Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Penumpang di Bandar Udara. *Aviasi*, 19(2), 45–52. <https://doi.org/10.52186/aviasi.v19i2.113>
- Kautsari, A. R., Mohd, H., & Becti, W. U. (2012). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Pelanggan Kacang Mete Di Pasar Tradisional Kabupaten Wonogiri. *AGRITEXTS*, 46(1), 34. <https://doi.org/10.20961/agritexts.v46i1.61407>
- Mursyid, Agung Hartadi, H. W. D. M. (2024). Digitalisasi Pencatatan Penggunaan Aviobridge dalam Menunjang Efektivitas Pelayanan Apron Movement Control di Bandar Udara Internasional Jenderal Ahmad Yani Semarang. *Albama*, 17(1), 25–39. <https://jurnal.amayogyakarta.ac.id/index.php/albama/article/view/175>
- Mursyid. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Kesehatan terhadap Kepuasan Masyarakat di UPT Puskesmas Mranti Purworejo. *ALBAMA*, 12(2), 1–26. <https://albama.amayogyakarta.ac.id/repo-journal-detail/V0hSdkgxSDFtRzV6Y1ozdHRWSTFYdz09>
- Mursyid, M., Purwanta, P., & Suliantoro, S. (2021). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN CUSTOMER SERVICE TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN GRAPARI TELKOMSEL MADIUN. *ALBAMA : Jurnal*



*Bisnis Administrasi Dan Manajemen*, 14(2), 24–34.

<http://jurnal.amayogyakarta.ac.id/index.php/albama>

Priyatno, D. (2016). Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian dengan SPSS dan Tanya Jawab Ujian Pendaran. *Gaya Media*.

[https://library.mercubuanayogya.ac.id/index.php?p=show\\_detail&id=21012](https://library.mercubuanayogya.ac.id/index.php?p=show_detail&id=21012)

Rahmawati, n. Q. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Di Boarding Gate Dan Fasilitas Ruang Tunggu Terhadap Kepuasan Penumpang Di Bandar Udara Abdul Rachman Saleh Malang. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 2(3), 300–309.

<https://doi.org/10.55606/Jaem.v2i3.354>

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (13th Ed.). Alfabeta.

[http://digilib.fe.unj.ac.id/index.php?p=show\\_detail&id=4883](http://digilib.fe.unj.ac.id/index.php?p=show_detail&id=4883)

Zuardi, m. (2017). Pengaruh Fasilitas Fisik Dan Fasilitas Non Fisik Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Pasar Jbbc Medan Johor. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*, 16(2). <https://doi.org/10.30596/Jrab.v16i2.1718>