

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PENGGUNA JASA KARGO DI BANDARA INTERNASIONAL I GUSTI NGURAH RAI

Arnoldus Ale Meo¹, Gunawan^{2*}, Istyawan Priyahapsara³

^{1,3}Program Studi Teknik Dirgantara, Institut Teknologi Dirgantara Adisutjipto, Yogyakarta

²Program Studi Teknik Industri, Institut Teknologi Dirgantara Adisutjipto, Yogyakarta

*gunawan@itda.ac.id

Abstract

This study aims to determine the effect of service quality on the satisfaction and loyalty of cargo service users at I Gusti Ngurah Rai International Airport. This study uses a quantitative descriptive method. The number of samples in this study was 125 respondents. The respondents in this study were users of cargo services at I Gusti Ngurah Rai International Airport. Determination of the sample using accidental sampling technique is a technique of determining the sample by taking respondents who happen to be available or available somewhere according to the research context. Data collection techniques by giving questionnaires to respondents, observation, and documentation. Meanwhile, to analyze the data, the Normality, Heterodocity, Linearity, Simple Regression, and t-tests were carried out using the SPSS 22.00 program. The research results show that: 1) The quality of cargo services is in the high category of 75.2%, the moderately high category is 24.8%, the moderately low category is 0% and the low category is 0%. Satisfaction of cargo service users is in the high category of 96.0%, quite high category of 4.0%, moderately low category of 0%, and low category of 0%. The loyalty of cargo service users is in the high category of 76.0%, quite a high category of 23.2%, moderately low category of 0.8%, and low category of 0%. 2) There is an effect of the quality of cargo services on the satisfaction of cargo service users as shown by the results of the t-test where the probability value (sig.) is 0.00 so that the value is less than the standard error value which is 0.05. 3) There is an effect of the quality of cargo services on the loyalty of cargo service users as shown by the results of the t-test where the probability value (sig.) is 0.016 so the value is less than the standard error value which is 0.05.

Keywords: *Quality, Service, Satisfaction, Loyalty, Service Users, Cargo*

1. Pengantar

Perubahan paradigma pemasaran telah mendorong reformasi di berbagai sektor usaha termasuk pada sektor jasa. Pembentukan kualitas pelayanan merupakan salah satu cara reformasi pada sektor jasa. Kualitas pelayanan memiliki hubungan langsung dengan kemampuan bersaing dan tingkat keuntungan perusahaan [1]. Selain itu, kualitas pelayanan yang baik merupakan persyaratan untuk sukses dan bertahan dalam lingkungan bisnis yang kompetitif [2].

Tuntutan atas kualitas pelayanan yang baik juga berlaku pada penyedia jasa kargo seperti jasa kargo pesawat. Salah satu bandara yang menyediakan jasa kargo pesawat adalah Bandara Internasional I Gusti Ngurah Rai. Salah satu bandara yang berada di pulau Bali ini memiliki fasilitas yang memadai untuk menunjang kegiatan pengiriman kargo [3].

Berdasarkan data, jumlah pengguna jasa angkutan kargo di Bandara Internasional I Gusti Ngurah Rai mengalami penurunan selama masa pandemi covid-19. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Wahyu dan Meilani [4] menunjukkan data, bulan april 2019 merupakan angka tertinggi dari permintaan kargo pesawat di masa sebelum pandemi dengan jumlah 2.397.023 Kg. Kemudian bulan februari 2020 merupakan angka terendah dari permintaan kargo pesawat di masa sebelum pandemi dengan jumlah 1.018.531 Kg. Jadi, perbandingan jumlah permintaan kargo udara di Bandara Internasional I Gusti Ngurah Rai pada masa sebelum pandemi (2019-2020) dan selama pandemi (2020-2021) mengalami penurunan yang drastis.

Berdasarkan rilis Badan Pusat Statistik (BPS), di tahun 2022 permintaan jasa kargo pesawat di Bandar Internasional I Gusti Ngurah Rai mengalami fluktuatif. Besar penggunaan jasa kargo untuk penerbangan domestik di tahun 2022 bulan Januari-agustus secara berurut adalah 1.404 ton, 1.270 ton, 1.402 ton, 1.239 ton, 989 ton, 933 ton, 900 ton, dan 901 ton. Sedangkan, besar penggunaan jasa kargo untuk penerbangan internasional di tahun 2022 bulan Januari-Agustus secara berurut adalah 51 ton, 242 ton, 580 ton, 839 ton, 726 ton, 944 ton, 951 ton, 1.087 ton.

Permintaan jasa kargo pesawat tentu diimbangi dengan peningkatan kualitas pelayanan kargo pesawat yang memenuhi standar operasional prosedur (SOP). Kualitas pelayanan adalah tingkat seberapa bagus pelayanan yang mampu diberikan untuk menginterpretasikan ekspektasi pelanggan [5]. Sejalan dengan itu, Sulistyawati dan Seminari menjelaskan bahwa kualitas pelayanan sebagai usaha untuk mewujudkan kenyamanan bagi pelanggan agar pelanggan merasa mendapat nilai yang lebih dari yang diharapkan[6].

Harapan pelanggan merupakan faktor penting, sehingga kualitas pelayanan yang berorientasi pada kepuasan pelanggan akan memberikan harapan lebih dan sebaliknya [7]. Peningkatan kualitas pelayanan bertujuan untuk mendapatkan kepuasan dari pelanggan. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapan [8]. Akan tetapi, kepuasan pengguna jasa kargo lebih menitikberatkan pada kinerja jasa kargo yang meliputi kinerja fasilitas, kinerja sumber daya manusia (SDM) dan kinerja pelayanan.

Selain kepuasan, loyalitas para pengguna jasa merupakan elemen penting bagi sebuah perusahaan barang maupun jasa. Peran pengguna jasa menjadi sangat vital bagi kelangsungan perusahaan, sehingga tidak berlebihan jika banyak kalangan mengatakan bahwa hidup matinya perusahaan di tangan pelanggan [9]. Oleh karena itu, loyalitas konsumen atau pengguna jasa patut dijaga oleh perusahaan penyedia barang atau jasa.

Loyalitas konsumen atau pengguna jasa merujuk pada kondisi dari durasi waktu tertentu dan mensyaratkan bahwa tindakan pembelian/penggunaan jasa terjadi tidak kurang dari dua kali [10]. Loyalitas konsumen juga merupakan manifestasi dan kelanjutan dari kepuasan konsumen dalam menggunakan fasilitas maupun jasa pelayanan yang diberikan oleh pihak perusahaan, serta untuk tetap menjadi konsumen perusahaan tersebut. Sebagai misal, penggunaan jasa kargo pesawat pada salah satu perusahaan maskapai tertentu secara berulang-ulang menunjukkan bahwa pengguna jasa tersebut loyal.

Secara umum Griffin menyimpulkan bahwa konsumen yang loyal menunjukkan empat perilaku membeli yang berbeda, yaitu: melakukan pembelian berulang, pembelian antar lini produk, pemberian rekomendasi kepada orang lain, dan menunjukkan kekebalan terhadap tarikan pesaing [10]. Keempat perilaku tersebut juga merupakan indikator loyalitas para pengguna jasa. Sehingga pada penelitian ini, indikator loyalitas pengguna jasa kargo pesawat akan memodifikasi dari keempat perilaku tersebut.

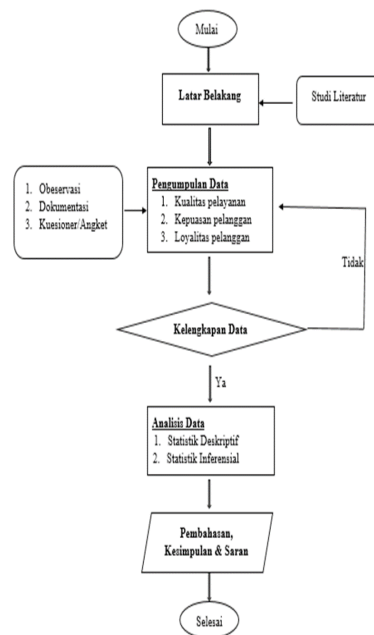
Loyalitas pengguna jasa sangat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan penyedia jasa. Setiap perusahaan akan berusaha memberikan layanan terbaik agar dapat menciptakan kepuasan konsumen serta mempertahankan loyalitas konsumen atau customer loyalty [11]. Sebab, salah satu tujuan utama kualitas pelayanan adalah untuk mempertahankan konsumen yang komit dan menguntungkan bagi perusahaan, sehingga perusahaan akan memfokuskan pada penarikan, mempertahankan dan meningkatkan hubungan dengan konsumen tersebut.

Berdasarkan hasil pengamatan di lapangan, kualitas pelayanan jasa kargo di Bandara Internasional I Gusti Ngurah Rai cukup baik. Akan tetapi, ada beberapa hal yang perlu

diperbaiki, karena masih kurang memadai. Salah satu contoh adalah kinerja fasilitas parkir kendaraan. Fasilitas parkir kendaraan yang membawa barang dari pengguna jasa kurang luas, akibatnya para pengguna jasa harus menunggu secara bergantian bila ingin mengantar barang kiriman.

2. Metode Penelitian

Rancangan penelitian ini merujuk pada penelitian kuantitatif yang dikembangkan oleh Sugiyono [12], dengan data penelitian berupa kualitas pelayanan (X) sebagai variabel bebas (*independen*), kepuasan pengguna jasa (Y_1) dan loyalitas pengguna jasa (Y_2) sebagai variabel terikat (*dependen*). Secara umum langkah penelitian ini akan ditampilkan dalam diagram sebagai berikut:



Gambar 1. Diagram Alur Penelitian

Alat yang digunakan dalam penelitian ini berupa Software Ms. Excel dan SPSS 22.00. Program Software Ms. Excel digunakan untuk rekapitulasi hasil penelitian. Sedangkan, program SPSS 22 digunakan untuk analisis instrumen penelitian dan analisis statistik inferensial. Bahan yang diperoleh pada penelitian ini berupa data kualitas pelayanan (X) sebagai variabel bebas (*independen*), kepuasan pengguna jasa (Y_1) dan loyalitas pengguna jasa (Y_2) sebagai variabel terikat (*dependen*).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode pengumpulan data berupa observasi, angket dan dokumentasi. Yang mana dalam observasi penelitian ini, peneliti melakukan pengamatan langsung untuk menemukan fakta-fakta di lapangan. Instrumen yang digunakan peneliti adalah observasi nonpartisipan tidak terstruktur. Sifat instrumen yang tidak baku memudahkan peneliti untuk menggali informasi berkaitan dengan penilaian kualitas pelayanan penyedia jasa kargo pesawat di Bandara Internasional I Gusti Ngurah Rai. Kemudian untuk angket (kuesioner) dalam penelitian ini digunakan untuk memperoleh informasi berupa data primer yaitu: kualitas pelayanan, kepuasan pengguna jasa dan loyalitas pengguna jasa kargo di Bandara Internasional I Gusti Ngurah Rai. Data yang diperoleh dari kuesioner ini yang selanjutnya akan dianalisis menggunakan statistik.

Analisis data deskriptif dilakukan dengan menyajikan data ke dalam tabel distribusi frekuensi, menghitung nilai rata-rata, skor total, dan tingkat pencapaian responden (TCR), serta menginterpretasikannya. Langkah selanjutnya adalah melakukan kategorisasi data dari masing-masing variabel penelitian. Analisis statistik deskriptif akan menggunakan bantuan program SPSS 22.00. Pada penelitian ini uji normalitas akan menggunakan bantuan program SPSS 22.00, dengan uji Kolmogorov Smirnov pada taraf sig 5%. Adapun dasar pengambilan keputusan sebagai berikut: jika nilai asymp. sig. atau probabilitas lebih besar dari 0.05 (sig. > 0.05) yang artinya data terdistribusi secara normal dan jika nilai asymp. sig. atau probabilitas lebih kecil dari 0.05 (sig. < 0.05) yang artinya tidak terdistribusi secara normal.

Pada penelitian ini uji heteroskedastisitas akan menggunakan bantuan program SPSS 22.00, dengan uji Glejser. Dasar pengambilan keputusan dalam uji Glejser yaitu: jika nilai signifikansi (sig.) lebih besar dari 0,05 maka tidak terdapat heteroskedastisitas dan jika nilai signifikansi (sig.) lebih kecil dari 0,05 maka terdapat heteroskedastisitas. Penelitian ini menggunakan uji linearitas formula compare mean dengan bantuan program pengolahan data SPSS 22.00. Dasar pengambilan keputusan dalam uji linearitas formula compare mean yaitu: jika nilai deviation from linearity sig. > 0,05 maka ada hubungan yang linear secara signifikan antara variabel variabel bebas (independent) dengan variabel terikat (dependent) dan jika nilai deviation from linearity sig. < 0,05 maka tidak ada hubungan yang linear secara signifikan antara variabel variabel bebas (independent) dengan variabel terikat (dependent).

Menurut Sugiyono (2012 : 243), persamaan regresi sederhana dapat dirumuskan sebagai berikut:

- a. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna jasa

$$Y_1 = a + bX \quad (1)$$

Keterangan:

- Y₁ = Kepuasan pengguna jasa
- A = Konstanta regresi sederhana
- B = Koefisien regresi
- X = Kualitas pelayanan

- b. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pengguna jasa

$$Y_2 = a + bX \quad (2)$$

Keterangan:

- Y₂ = Loyalitas pengguna jasa
- A = Konstanta regresi sederhana
- B = Koefisien regresi
- X = Kualitas pelayanan

Uji t pada penelitian ini menggunakan bantuan SPSS 22.0. Hasil uji t dapat dilihat dari table coefficients pada signifikansi 0,05. Ada pun dasar pengambilan keputusan adalah: Jika nilai probabilitas < 0,05 menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antar variabel bebas dengan masing-masing variabel terikat atau maka H₀ ditolak dan H_a diterima. Sedang, jika nilai probabilitas > 0,05 menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antar variabel bebas dengan masing-masing variabel terikat maka H₀ diterima dan H_a ditolak.

3. Hasil dan Pembahasan

Tujuan uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah pada variabel residual atau pengganggu dalam model regresi memiliki distribusi normal atau tidak. Berikut ini tabel hasil uji normalitas residual variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pengguna jasa kargo.

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas Residual Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pengguna Jasa Kargo

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		125
Normal Parameters,b	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.53309923
Most Extreme Differences	Absolute	.068
	Positive	.059
	Negative	-.068
Test Statistic		.068
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200c,d

Berdasarkan tabel 1, hasil uji normalitas menggunakan uji kolmogrov-smirnov dalam penelitian ini menunjukkan nilai signifikansi (Asymp.Sig) $0,200 > 0,05$ artinya dalam model regresi yang digunakan, variabel pengganggu atau residual berdistribusi normal. Berikut ini tabel hasil uji normalitas residual variabel kualitas pelayanan dan loyalitas jasa kargo.

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas Residual Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Pengguna Jasa Kargo

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		125
Normal Parameters,b	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.95949436
Most Extreme Differences	Absolute	.077
	Positive	.076
	Negative	-.077
Test Statistic		.077
Asymp. Sig. (2-tailed)		.064c

Berdasarkan tabel 2, hasil uji normalitas menggunakan uji kolmogrov-smirnov dalam penelitian ini menunjukkan nilai signifikansi (Asymp.Sig) $0,064 > 0,05$ artinya dalam model regresi yang digunakan, variabel pengganggu atau residual berdistribusi normal.

Berikut ini tabel hasil uji heterokedastisitas variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pengguna jasa kargo.

Tabel 3. Hasil Uji Heterokedastisitas Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pengguna Jasa Kargo

Coefficients						
Model	B	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		Std. Error	Beta			
1	(Constant)	-2.052	2.301		-.892	.374
	Kualitas Pelayanan	.049	.028	.155	1.743	.084

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna Jasa

Berdasarkan tabel 3, hasil uji heterokedastisitas dengan uji Glejser dalam penelitian ini menunjukkan nilai signifikansi (Sig.) $0,084 > 0,05$ artinya tidak terdapat heteroskedastisitas

pada variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pengguna jasa kargo. Model regresi yang baik adalah bila data tidak terdapat heteroskedastisitas. Berikut ini tabel hasil uji heterokedastisitas variabel kualitas pelayanan dan loyalitas pengguna jasa kargo

Tabel 4. Hasil Uji Heterokedastisitas Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Pengguna Jasa Kargo

Coefficients						
Model B		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		Std. Error	Beta			
1	(Constant)	-2.039	1.880		-1.085	.280
	Kualitas Pelayanan	.042	.023	.165	1.858	.066
a. Dependent Variable: Loyalitas Pengguna Jasa						

Berdasarkan tabel 4, hasil uji heterokedastisitas dengan uji Glejser dalam penelitian ini menunjukkan nilai signifikansi (*Sig.*) $0,066 > 0,05$ artinya tidak terdapat heteroskedastisitas pada variabel kualitas pelayanan dan loyalitas pengguna jasa kargo. Model regresi yang baik adalah bila data tidak terdapat heteroskedastisitas.

Berikut ini tabel hasil uji linearitas variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pengguna jasa kargo.

Tabel 5. Hasil Uji Linearitas Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pengguna Jasa Kargo

ANOVA Table					
			Sum of Squares	F	Sig.
Kepuasan Pengguna Jasa * Kualitas Pelayanan	Between Groups	(Combined)	456.787	3.510	.000
		Linearity	264.471	44.711	.000
		Deviation from Linearity	192.316	1.548	.078
	Within Groups		603.341		
	Total		1060.128		

Berdasarkan tabel 5, hasil uji linearitas pada kolom *Deviation from Linearity* menunjukkan nilai signifikansi (*Sig.*) $0,078 > 0,05$ artinya ada hubungan yang linear secara signifikan antara variabel kualitas pelayanan dengan kepuasan pengguna jasa kargo. Berikut ini tabel hasil uji linearitas variabel kualitas pelayanan dan loyalitas pengguna jasa kargo.

Tabel 6. Hasil Uji Linearitas Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Pengguna Jasa Kargo

ANOVA Table					
			Sum of Squares	F	Sig.
Loyalitas Pengguna Jasa * Kualitas Pelayanan	Between Groups	(Combined)	98.130	1.135	.325
		Linearity	23.039	5.860	.017
		Deviation from Linearity	75.090	.909	.580
	Within Groups		401.022		
	Total		499.152		

Berdasarkan tabel 6, hasil uji linearitas pada kolom *Deviation from Linearity* menunjukkan nilai signifikansi (*Sig.*) $0,580 > 0,05$ artinya ada hubungan yang linear secara signifikan antara variabel kualitas pelayanan dengan loyalitas pengguna jasa kargo.

Secara umum persamaan regresi linier sederhana dirumuskan $Y_1 = a + bX$. Berikut ini tabel output SPSS 22.00 untuk penentuan persamaan regresi linear variabel kualitas pelayanan dengan kepuasan pengguna jasa kargo.

Tabel 7. Penentuan Persamaan Regresi Linear Variabel Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pengguna Jasa Kargo

Coefficients						
Model B		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		Std. Error	Beta			
1	(Constant)	14.388	3.672		3.918	.000
	Kualitas Pelayanan	.285	.045	.499	6.394	.000
a. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna Jasa						

Berdasarkan tabel 7, dapat disimpulkan bahwa:

- Angka konstanta dari *Unstandardized Coefficients* adalah 14,388 mengandung arti bahwa jika nilai kualitas pelayanan bernilai nol atau konstan (tidak berubah) maka nilai kepuasan pengguna jasa kargo adalah 14,388.
- Angka koefisien regresi 0,285 mengandung arti bahwa setiap 1% tingkat kualitas pelayanan maka kepuasan pengguna jasa kargo akan meningkat 0,285 atau 28,5%.
- Persamaan regresi linear variabel kualitas pelayanan dengan kepuasan pengguna jasa kargo adalah $Y_1 = 14,388 + 0,285 X$, dengan:
 Y_1 = Kepuasan pengguna jasa
 X = Kualitas pelayanan

Tabel 8 merupakan *output SPSS 22.00* untuk penentuan persamaan regresi linear variabel kualitas pelayanan dengan loyalitas pengguna jasa kargo.

Tabel 8. Penentuan Persamaan Regresi Linear Variabel Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Pengguna Jasa Kargo

Coefficients						
Model B		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		Std. Error	Beta			
1	(Constant)	15.611	2.841		5.495	.000
	Kualitas Pelayanan	.084	.035	.215	2.440	.016
a. Dependent Variable: Loyalitas Pengguna Jasa						

Berdasarkan tabel 8, dapat disimpulkan bahwa:

- Angka konstanta dari *Unstandardized Coefficients* adalah 15,611 mengandung arti bahwa jika nilai kualitas pelayanan bernilai nol atau konstan (tidak berubah) maka nilai loyalitas pengguna jasa kargo adalah 15,611.
- Angka koefisien regresi 0,084 mengandung arti bahwa setiap 1% tingkat kualitas pelayanan maka kepuasan pengguna jasa kargo akan meningkat 0,084 atau 8,4%.

- c. Persamaan regresi linear variabel kualitas pelayanan dengan kepuasan pengguna jasa kargo adalah $Y_2 = 15,611 + 0,084 X$, dengan:
Y₂ = Loyalitas pengguna jas.
X = Kualitas pelayanan

Berikut ini kesimpulan hasil uji statistik t, untuk mengukur pengaruh dari masing-masing variabel penelitian.

- a. Berdasarkan tabel 7, diperoleh nilai probabilitas (Sig.) adalah $0,00 < 0,05$. Dengan demikian berlaku hipotesis Ho ditolak dan Ha diterima, yang berarti ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna jasa kargo.
- b. Berdasarkan tabel 8, diperoleh nilai probabilitas (Sig.) adalah $0,016 < 0,05$. Dengan demikian berlaku hipotesis Ho ditolak dan Ha diterima, yang berarti ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pengguna jasa kargo

Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Kargo terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Kargo di Bandara Internasional I Gusti Ngurah Rai

Berdasar analisis hasil penelitian menunjukkan bahwa secara keseluruhan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa. Artinya, kinerja fasilitas, kinerja sumberdaya manusia (SDM) dan kinerja pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam mengambil keputusan untuk menggunakan pelayanan jasa kargo di Bandara Internasional I Gusti Ngurah Rai.

Peningkatan kualitas pelayanan bertujuan untuk mendapatkan kepuasan dari pelanggan. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya [8]. Akan tetapi, kepuasan pengguna jasa kargo lebih menitikberatkan pada kinerja jasa kargo yang meliputi kinerja fasilitas, kinerja sumber daya manusia (SDM) dan kinerja pelayanan.

Kepuasan para pengguna jasa dipengaruhi oleh kualitas pelayanan penyedia jasa. Sejalan dengan beberapa penelitian menunjukan adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna jasa atau pelanggan [13], [14]. Sebab, kualitas jasa pelayanan yang baik merupakan hal yang sangat penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan [15].

Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Kargo terhadap Loyalitas Pengguna Jasa Kargo di Bandara Internasional I Gusti Ngurah Rai

Berdasarkan analisis hasil penelitian menunjukkan bahwa secara keseluruhan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pengguna jasa. Artinya, kinerja fasilitas, kinerja sumberdaya manusia (SDM) dan kinerja pelayanan mempengaruhi loyalitas pelanggan dalam mengambil keputusan untuk menggunakan pelayanan jasa kargo di Bandara Internasional I Gusti Ngurah Rai.

Loyalitas konsumen atau pengguna jasa merujuk pada kondisi dari durasi waktu tertentu dan mensyaratkan bahwa tindakan pembelian/penggunaan jasa terjadi tidak kurang dari dua kali [10]. Loyalitas konsumen juga merupakan manifestasi dan kelanjutan dari kepuasan konsumen dalam menggunakan fasilitas maupun jasa pelayanan yang diberikan oleh pihak perusahaan, serta untuk tetap menjadi konsumen perusahaan tersebut. Sebagai misal, penggunaan jasa kargo pesawat pada salah satu perusahaan maskapai tertentu secara berulang-ulang menunjukkan bahwa pengguna jasa tersebut loyal.

Hasil penelitian ini sejalan dengan beberapa penelitian terdahulu. Beberapa penelitian menunjukkan adanya hubungan kualitas pelayanan dan loyalitas konsumen atau pengguna jasa. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen atau pengguna jasa [16], [17]. Penelitian tersebut sejalan dengan pendapat Kotler dan Keller yaitu jika konsumen puas, konsumen mungkin ingin membeli produk itu kembali [18]. Pelanggan yang puas juga cenderung mengatakan hal-hal baik tentang merek. Hal tersebut merupakan ciri dari perilaku pengguna jasa yang loyal.

4. Kesimpulan

Kualitas pelayanan jasa kargo di Bandara Internasional I Gusti Ngurah Rai berada pada kategori tinggi sebesar 75,2%, kategori cukup tinggi sebesar 24,8%, kategori cukup rendah dan rendah sebesar 0%, kepuasan pengguna jasa kargo di Bandara Internasional I Gusti Ngurah Rai berada pada kategori tinggi sebesar 96,0%, kategori cukup tinggi sebesar 4,0%, kategori cukup rendah dan rendah sebesar 0%, loyalitas pengguna jasa kargo di Bandara Internasional I Gusti Ngurah Rai berada pada kategori tinggi sebesar 76,0%, kategori cukup tinggi sebesar 23,2%, kategori cukup rendah dan rendah sebesar 0%. Ada pengaruh kualitas pelayanan jasa kargo terhadap kepuasan pengguna jasa kargo di Bandara Internasional I Gusti Ngurah Rai dengan hasil uji t yang menunjukkan nilai probabilitas (sig.) adalah $0,00 < 0,05$. Terdapat pengaruh kualitas pelayanan jasa kargo terhadap loyalitas pengguna jasa kargo di Bandara Internasional I Gusti Ngurah Rai dengan hasil uji t yang menunjukkan nilai probabilitas (sig.) adalah $0,016 < 0,05$.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. Wibisono and S. Syahril, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan," *Perform. J. Bisnis dan Akuntansi*, vol. VI, no. 2, pp. 32–47, 2016, doi: <https://doi.org/10.24929/feb.v7i1.343>.
- [2] S. Subekti, "Kajian Biaya Dan Waktu Perjalanan Angkutan Kargo Menuju Bandar Udara Soekarno-Hatta," *War. Penelit. Perhub.*, vol. 24, no. 2, pp. 111–117, 2019, doi: 10.25104/warlit.v24i2.998.
- [3] R. Kurniasih, N. Rohman, and H. Suprayitno, "Kajian Awal Pengelolaan Aset Tetap pada Bandar Udara Internasional I Gusti Ngurah Rai, Bali," *J. Manaj. Aset Infrastruktur Fasilitas*, vol. 3, no. 0, pp. 27–38, 2019, doi: 10.12962/j26151847.v3i0.6434.
- [4] I. Wahyu and I. Meilani, "Analisis Permintaan Kargo Udara Pada Masa Pandemi Di Bandar Udara I Gusti Ngurah Rai Bali," *J. Kewarganegaraan*, vol. 6, no. 1, pp. 934–944, 2022, [Online]. Available: <https://journal.upy.ac.id/index.php/pkn/article/view/2659>
- [5] F. Tjiptono and G. Chandra, *Service Quality and Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset, 2012.
- [6] N. M. A. Sulistyawati and N. K. Seminari, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Indus Ubud Gianyar," *E-Jurnal Manaj. Univ. Udayana*, vol. 4, no. 8, p. 250437, 2015.
- [7] A. Özfer Özcelik, L. Sariye Akan, and M. Saip Sürücüoğlu, "An Evaluation of Fast-Food Preferences According to Gender," *Humanit. Soc. Sci. J.*, vol. 2, no. 1, pp. 43–50, 2007.
- [8] P. Kotler and G. Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, 13th ed. Jakarta: Erlangga, 2012.

- [9] R. P. Sayekti, G. Hardjanta, and A. D. Savitri, "LOYALITAS KONSUMEN DITINJAU DARI PERSEPSI TERHADAP CITRA PERUSAHAAN," *J. Psikol. UNDIP*, vol. 11, no. 2, pp. 1–7, Oct. 2012, [Online]. Available: <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/psikologi/article/view/6698>
- [10] J. Griffin, *Customer Loyalty; Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga, 2005.
- [11] T. C. E. Cheng, L. C. F. Lai, and A. C. L. Yeung, "The driving forces of customer loyalty: A study of internet service providers in Hong Kong," *International Journal of e-Business Research*, vol. 4, no. 4, pp. 26–42, 2008. doi: 10.4018/jebr.2008100103.
- [12] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta, 2012.
- [13] Suhada and A. E. Putra, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada CV.Nurihsan Palembang," *Media Wahana Ekon.*, vol. 13, no. 2, pp. 100–114, 2016.
- [14] A. C. Aziz and M. Lestariningsih, "PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PT. BERKAT JAYA ABADI TRANS SURABAYA," *J. Ilmu dan Ris. Manaj.*, vol. 3, no. 11, pp. 1–18, 2016.
- [15] M. Munawaroh, "Analisis Pengaruh Kualitas Jasa terhadap Kepuasan pada Industri Pendidikan di Yogyakarta," *J. Siasat Bisnis*, vol. ed, no. khus1, pp. 119–134, 2009, doi: 10.20885/jsb.ed.khus1.art8.
- [16] D. Martin and A. Y. Hamali, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pt Adidaya Digital Printing Bandung," *J. Manage.*, vol. 3, no. 1, pp. 30–48, 2020.
- [17] S. Desak Putu, Ni wayan, I gusti, "Pengaruh brand trust, service quality dan customer satisfaction pada loyalitas (studi pada pelanggan gojek di Denpasar)," *Pengaruh Brand Trust. Serv. Qual. dan Cust. Satisf. pada Loyal. (studi pada Pelangg. gojek di Denpasar)*, vol. 2, p. 18, 2021.
- [18] P. Kotler and K. L. Keller, *Manajemen Pemasaran*, 13th ed. Jakarta: Erlangga, 2009.