

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN *CUSTOMER SERVICE* TERHADAP
TINGKAT KEPUASAN PENGGUNA JASA DI BANDARA SULTAN SYARIF
KASIM II PEKANBARU**

Oleh : Aisyah Zuriyen

Pembimbing : Dr. Nurjanah, M. Si

Konsentrasi Hubungan Masyarakat - Jurusan Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Riau

Kampus Bina Widya, Jl. H.R. Soebrantas Km 12,5 Simp. Baru, Pekanbaru 28293

Telp/Fax. 0761-63277

Abstract

Customer service is one of the units in Sultan Syarif Kasim II Airport, Pekanbaru. Customer service serves as a more frontline which is a frontline work unit that occupies a strategic position and is in direct contact with customers to provide services and information at the airport. The purpose of this study was to determine the effect of customer service quality on the level of service user satisfaction at Sultan Syarif Kasim II Airport in Pekanbaru. The theory used in this research is the stimulus-response theory.

This research uses quantitative research methods, with data collection techniques, namely through the distribution of questionnaires directly to service users with a total sample of 96 respondents, which is determined through an accidental sampling technique. Data analysis techniques in this study using simple linear regression analysis techniques. For processing the questionnaire test data is performed using version 16 of the Windows Product and Service Solution (SPSS) Statistics program.

Based on the results of simple linear regression in this study, the regression coefficient value is $Y = 2.009 + 0.323 X$ with a significance level of 0.00 and smaller than $\alpha = 0.05$. While based on the determination test, the results obtained were 66.1%. This means that there is a strong influence between the quality of customer service on the level of service user satisfaction at Sultan Syarif Kasim II Airport in Pekanbaru.

PENDAHULUAN

Berkualitas atau tidaknya suatu pelayanan dilihat dari kualitas pelayanan yang diberikan dan dapat dilihat dari kepuasan pelanggan yang menerima pelayanan. Kualitas pelayanan merupakan manfaat yang dirasakan berdasarkan interaksi dibandingkan dengan manfaat yang diharapkan sebelumnya. Kualitas pelayanan dapat dikatakan bagus jika pelayanan yang diberikan dapat memenuhi atau melampaui harapan pelanggan, dan jika suatu pelayanan tidak memenuhi harapan pelanggan maka pelayanan dapat dikatakan tidak bagus (Atmadjati, 2018: 21).

Berbicara pelayanan dan kepuasan pelanggan sejalan dengan teori *stimulus respon*. Dimana teori *stimulus respon* menunjukkan komunikasi sebagai suatu proses aksi-reaksi yang sangat sederhana. Model stimulus-respons (S-R) yang merupakan model komunikasi paling dasar. Model ini dipengaruhi disiplin psikologi, karna psikologi dan ilmu komunikasi memiliki objek kajian yang sama, yaitu manusia. Model S-R tersebut menggambarkan hubungan stimulus-respons yang menunjukkan komunikasi sebagai proses aksi-reaksi yang sangat sederhana, sehingga seseorang dapat memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikasi. Di dalam pelayanan terdapat stimulus atau rangsangan dalam bentuk pesan yang akan memberikan reaksi khusus dari pelanggan (Rustan dan Nurhakki, 2017: 107).

Manusia saat ini sudah dapat dengan mudah untuk berpergian ketempat lain untuk memenuhi kebutuhannya. Salah satunya adalah jasa transportasi udara. Jasa layanan transportasi udara memerlukan infrastruktur pendukung berupa bandara. Bandara merupakan sebuah

fasilitas tempat pesawat untuk lepas landas dan mendarat, yang dilengkapi dengan fasilitas keselamatan dan keamanan penerbangan serta fasilitas penunjang lainnya. Bandara menjadi penting karena mempercepat arus lalu lintas penumpang dan kargo, serta mempercepat arus ekonomi.

Bandara Sultan Syarif Kasim II adalah salah satu bandara yang ada di Indonesia. Di Bandara Sultan Syarif Kasim II selalu terjadi mobilisasi penumpang yang cukup pesat. Terhitung pada tahun 2018 terdapat lebih dari 4 juta pengguna jasa yang terdiri dari berbagai macam karakter dan latar belakang. Bandara sebagai tempat penyedia jasa bagi yang menggunakan pesawat, baik yang ingin pergi atau datang ke kota Pekanbaru. Pengguna jasa sudah pasti membutuhkan pelayanan yang optimal, seperti keramahan seorang petugas yang memberikan informasi secara tepat dan akurat kepada pengguna jasa.

Bandara juga merupakan hal yang penting bagi perkembangan suatu daerah. Hal itu dikarenakan bandara merupakan pintu gerbang suatu wilayah yang pertama didatangi oleh pengguna jasa udara baik domestik maupun internasional dan menjadi pintu masuk bagi para investor yang secara otomatis akan berdampak pada kemajuan pembangunan di suatu daerah. Maka dari itu bandara membutuhkan tenaga praktisi yang cakap berkomunikasi dalam memberikan pelayanan informasi kepada pengunjung untuk ditempatkan di *front line* bandara Sultan Syarif Kasim II Pekanbaru sebagai *customer service* (pelayanan pelanggan).

Customer service bandara menjadi suatu hal menarik untuk diteliti karena memiliki peranan dan fungsi yang sedikit berbeda dengan *customer service* perusahaan yang bergerak dibidang jasa lainnya. Dilihat

dari jumlah pengguna jasa yang banyak, *customer service* sering kali dihadapkan pada pelanggan yang memiliki karakter dan latar belakang yang berbeda. Keberadaan *customer service* merupakan tempat pusat informasi utama bagi para pengguna jasa untuk bertanya seputar bandara Sultan Syarif Kasim II dan juga informasi mengenai Pekanbaru. *Customer service* harus mengetahui mengenai informasi penerbangan dan kebandar udaraan, tapi *customer service* juga harus memiliki pengetahuan kepariwisataan seputar Pekanbaru.

Setiap pengguna jasa pasti menerima pelayanan dari *customer service* karena *customer service* adalah yang memberikan informasi kepada pengguna jasa. Minimal *customer service* memberikan informasi pelayanan kepada pengguna jasa melalui *announcement* dan pemberitahuan di layar *FIDS*. Mengukur kualitas pelayanan menjadi suatu hal yang menarik karena pegawai *customer service* haruslah memiliki kecepatan, ketepatan, keramahan, dan memberi kenyamanan kepada pengguna jasa. *Customer service* juga harus melihat apakah pelayanan yang diberikan selama ini dapat memenuhi harapan serta kebutuhan pengguna jasa.

Customer service bandara juga memiliki *standart operating procedure* (SOP) dalam menjalankan tugasnya yang jika salah satu dari hal itu ada yang kurang atau tidak dijalankan, maka akan timbul ketidak puasan dari pengguna jasa. Pelanggan adalah yang menentukan kualitas dari jasa pelayanan yang diberikan *customer service*, oleh karena itu perusahaan harus mengetahui sejauh mana tingkat kepuasan dari pengguna jasa. Sedangkan kepuasan adalah perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang

dirasakan dibandingkan dengan harapannya (Atmadjati, 2018: 6).

Sebagai acuan penelitian ini, digunakan beberapa perbedaan penelitian yang dilakukan sebelumnya sebagai berikut: Penelitian Dwi potyes mevyarta (2017) prodi komunikasi dan penyiaran islam. Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *tangible* (x1), *reliability* (x2) dan *emphaty* (x5) memiliki hubungan yang signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan Huawei, sedangkan variabel *responsivenees* (x3) dan *assurance* (x4) tidak memiliki hubungan yang signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan Huawei. Selanjutnya penelitian menurut Ellin Muharifa (2012) prodi ilmu komunikasi, penelitian ini menunjukan terdapat pengaruh yang positif antara pelayanan *Customer Service* PT Telkom cabang pekanbaru dengan kepuasan pelanggan flexi. (Muharifa, 2012). Terakhir, penelitian lainnya yang menjadi acuan adalah penelitian yang dilakukan oleh Ronita Uli Sari Sianipar (2017) prodi Ilmu Komunikasi, yang menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang besar antara kualitas pelayanan *customer relation* terhadap kepuasan pengunjung di Mal SKA Pekanbaru. (Sianipar, 2017).

Berdasarkan pemaparan di atas, penulis tertarik ingin melihat seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan *customer service* terhadap kepuasan pengguna jasa di Bandara Sultan Syarif Kasim II Pekanbaru.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Stimulus-Respon

Proses yang terjadi antara *customer service* dan pelanggan sesuai dengan Model stimulus-respons (S-R) yang merupakan model komunikasi paling dasar. Model S-R tersebut menggambarkan hubungan stimulus-

respons yang menunjukkan komunikasi sebagai proses aksi-reaksi yang sangat sederhana, sehingga seseorang dapat memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikasi. Bila seorang mengucapkan *Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh* (stimulus), dan dijawab *Walaikumsalam warahmatullahi wabarakatuh* (respon). Stimulus dapat diberikan melalui verbal maupun non verbal. Stimulus-respon bisa terjadi dalam bentuk positif maupun negatif. Secara implisit ada asumsi dalam model ini bahwa perilaku (respons) manusia dapat diramalkan sesuai dengan stimulus yang akan dikirimkan. (Rustan dan Nurhakki. 2017: 101). Stimulus yang berulang diberikan, akan menimbulkan respon yang diinginkan. Perilaku yang terjadi akibat stimulus-respon, merupakan pilihan tindakan yang disengaja.

Di dalam pelayanan terdapat stimulus atau rangsangan dalam bentuk pesan yang akan memberikan reaksi khusus dari pelanggan, yang mana stimulus seharusnya dapat disampaikan dengan cara yang menarik dan berulang sehingga pelanggan dapat memberikan respon yang baik setelah mengikuti pesan. Sedangkan, jika stimulusnya tidak baik maka akan membuat pelanggan kesulitan dalam mengikuti pesan tersebut. Adapun gambaran dari teori ini adalah: Stimulus (S), merupakan yang menjadi sumber rangsangan dari *customer service*. Sedangkan response (R), merupakan akibat atau efek keseluruhan pesan dalam penerimaan jasa

Kualitas Pelayanan

Menurut Martin (2001,p.6), kualitas layanan adalah suatu kemampuan untuk memenuhi kebutuhan internal dan eksternal pelanggan secara konsisten sesuai

prosedur (Atmadjati, 2018: 21). Kualitas layanan merupakan kunci dan faktor yang sangat penting dalam strategi bisnis, karena terbukti dapat meningkatkan profitabilitas, sehingga dapat menjadi alat untuk keunggulan bersaing (Rangkuti, 2013:44). Tingkat kualitas pelayanan tidak dapat dinilai berdasarkan sudut pandang perusahaan tetapi harus dipandang dari sudut pandang pelanggan. Menurut Tjiptono (dalam Sudarso, 2016:58) sifat kualitas pelayanan yang lebih sukar didefinisikan, dijabarkan dan diukur bila dibandingkan dengan kualitas barang.

Menurut Zeithaml (dalam Sudarso, 2016:58), *ServQual* ini merupakan skala multi item yang dapat digunakan untuk mengukur persepsi pelanggan atas kualitas layanan yang meliputi lima dimensi:

1. *Tangibles* (bukti fisik), yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal.
2. *Reliability* (kehandalan), yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan
3. *Responsiveness* (daya tanggap), yaitu kemampuan untuk membantu memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas.
4. *Assurance* (jaminan), yaitu adanya kepastian yaitu pengetahuan, kesopanan santunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan
5. *Empathy* (empati), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individu atas pribadi yang diberikan kepada

para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.

Customer Service

Customer service telah menjadi bagian yang sangat penting dari kesuksesan suatu bisnis, *customer service* tidak hanya menjadi penunjang pada kegiatan marketing. Semua bisnis yang memiliki fokus pada pelanggan akan membutuhkan *customer service* dalam memberikan pelayanan yang mewakili perusahaan tersebut. Pentingnya peran *customer service* dikarenakan semakin banyak produk atau jasa yang ada, maka semakin tinggi tingkat persaingan dipasar dan pengaruh pelanggan juga akan semakin besar.

Menurut Rahmayanty (2010:204) tugas pokok dari *customer service* adalah sebagai berikut:

1. Membantu pelanggan untuk memberikan informasi dan formulir
2. Membantu menyelesaikan pengaduan pelanggan
3. Memperkenalkan produk-produk atau jasa-jasa perusahaan
4. Memberikan informasi mengenai fitur dan layanan perusahaan
5. Mempertahankan pelanggan agar tetap setia pada perusahaan dan juga menarik pelanggan yang baru

Menurut Kasmir (2005:191-193) dalam prakteknya fungsi *customer service* adalah sebagai berikut:

1. Sebagai Resepsionis
2. Sebagai *Customer Relation Officer*
3. Sebagai komunikator

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan Pelanggan telah menjadi bagian yang penting dalam sebuah perusahaan bisnis. Perusahaan harus dapat memberikan apa yang

diharapkan oleh pelanggan agar terciptanya kepuasan pelanggan.

Menurut Kotler, kepuasan adalah perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Menurut *Cambridge International Dictionares*, pelanggan adalah *a person who buy goods or a service* (pelanggan adalah seseorang yang membeli suatu barang atau jasa), sedangkan menurut Webster's pelanggan adalah seseorang yang beberapa kali datang ketempat yang sama untuk membeli suatu barang atau peralatan atau pelanggan adalah seseorang yang beberapa kali datang ke tempat yang sama untuk memenuhi apa yang diinginkan. (Atmadjati, 2018:4 dan 6).

Jika kualitas pelayanan sesuai dengan harapan pelanggan, maka akan timbul rasa puas. Sebaliknya, jika kualitas pelayanan tidak sesuai dengan yang diharapkan maka akan timbul rasa kecewa atau rasa tidak puas. Menurut Tjiptono, kepuasan pelanggan memiliki beberapa manfaat:

1. Hubungan antara perusahaan dan para pelanggan menjadi harmonis
2. Memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang
3. Dapat mendorong terciptanya loyalitas pelanggan
4. Membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan perusahaan
5. Reputasi perusahaan menjadi baik
6. Laba yang diperoleh meningkat

Berdasarkan definisi kepuasan yang dikemukakan oleh Kotler dan definisi pelanggan yang dikemukakan Webster's (Atmadjati, 2018:4 dan 6) bahwa kepuasan pelanggan dapat diukur berdasarkan:

1. Harapan adalah sesuatu yang diinginkan oleh manusia yang apabila dapat terjadi akan

membuatnya senang dan gembira. Saat berhadapan dengan pengunjung, *customer service* memberikan pelayanan yang membuat terpenuhinya keinginan pengunjung dan membuat pengunjung senang dan gembira.

2. Kebutuhan adalah sesuatu yang diperlukan oleh manusia sehingga dapat memenuhi apa yang diinginkan. Informasi yang diberikan *customer service* telah memenuhi kebutuhan pengunjung, serta setelah mendapatkan informasi dari *customer service* membuat pengunjung mengerti dan menambah pengetahuan.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Metode kuantitatif eksplanatif dimaksudkan bagi periset yang menghubungkan atau mencari sebab akibat antara dua atau lebih konsep (variabel) yang akan diteliti. Metode yang digunakan adalah survei, dimana informasi dikumpulkan dari responden dengan menggunakan kuesioner.

Adapun populasi pada penelitian ini adalah pengguna jasa di Bandara Sultan Syarif Kasim II Pekanbaru, dimana jumlah populasinya tidak diketahui secara pasti (*unknown population*). Penelitian ini dalam menentukan responden menggunakan teknik *accidental sampling*, yang dilaksanakan di ruang tunggu bandara. Hal itu dikarenakan setiap pengguna jasa yang berada di ruang tunggu, sudah pasti menerima pelayanan *customer service*.

Jumlah populasi tidak diketahui pasti maka untuk menghitung sampel digunakan rumus *unknown populations* (Riduwan, 2004: 67). Dan jumlah responden pada penelitian ini sebanyak 96 responden.

Skala pengukuran pada penelitian ini adalah *Skala Likert* yang digunakan untuk mengukur data dari responden, dengan skor 1-5.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini merupakan pembahasan dari penyajian data yang diperoleh penulis dari lapangan. Adapun dalam mendapatkan data, penulis menggunakan kuesioner yang telah diberikan kepada 96 pengguna jasa di Bandara Sultan Syarif Kasim II Pekanbaru beserta dokumentasinya. Dan setelah data yang dibutuhkan terkumpul maka penulis mengklasifikasikan sesuai dengan permasalahan yang ada pada bab satu.

Uji Regresi Linear Sederhana

Uji ini dilakukan untuk menguji apakah kedua variabel berpengaruh yaitu antara kualitas pelayanan *customer service* terhadap tingkat kepuasan pengguna jasa di Bandara Sultan Syarif Kasim II Pekanbaru, maka pengujian hipotesisnya dilakukan dengan analisis statistik menggunakan rumus regresi linear sederhana.

Tabel 1 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

No	Variabel	Koefisien Regresi	t _{hitung}	t _{tabel}	Signifikan	Keterangan
1.	Konstanta (a)	2,009	13,550	1,989	0,00	Ha diterima
2.	Kualitas pelayanan	0,323				

Sumber: Olahan Penulis, 2019

Berdasarkan tabel 1 terlihat hasil regresi linear sederhana, diperoleh nilai koefisien regresi pada penelitian ini adalah $Y = 2,009 + 0,323 X$. Bilangan konstanta (a) sebesar 2,009 dan koefisien variabel kualitas pelayanan sebesar 0,323. Sementara itu t hitung

13,550 lebih besar jika dibandingkan dengan t tabel sebesar 1,989, dengan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Berdasarkan perhitungan statistik yang diperoleh, maka hipotesis untuk penelitian ini H_a diterima, yaitu adanya pengaruh yang besar antara kualitas pelayanan *customer service* terhadap tingkat kepuasan pengguna jasa di bandara Sultan Syarif Kasim II Pekanbaru

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) merupakan alat ukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Untuk menganalisisnya dengan menggunakan output SPSS dapat dilihat pada tabel "Model Summary".

Tabel 2 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std Error of the Estimate
1	0,813 ^a	0,661	0,658	1,66731

Sumber: Olahan Penulis, 2019

Tabel diatas dapat memperlihatkan bahwa nilai $R = 0,813$ dan koefisien determinasi (R_{square}) adalah sebesar 0,661. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pengguna jasa di Bandara Sultan Syarif Kasim II (variabel dependen) dipengaruhi sebesar 66,1% oleh kualitas pelayanan *customer service* (variabel independen). Hal ini berarti pengaruh kualitas pelayanan *customer service* terhadap tingkat kepuasan pengguna jasa dikategorikan memiliki pengaruh yang KUAT. Sedangkan sisanya sebesar 33,9% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Pembahasan

Pada pemaparan sebelumnya, telah didapat bahwa penelitian ini memiliki signifikansi sebesar 0,00, hal

ini berarti lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Maka disimpulkan bahwa H_a diterima yakni adanya pengaruh yang besar antara kualitas pelayanan *customer service* terhadap tingkat kepuasan pengguna jasa di bandara Sultan Syarif Kasim II Pekanbaru. Selanjutnya nilai R yang menunjukkan korelasi antara variabel independen dengan variabel dependen yakni bahwa nilai R sebesar 0,813 maka dari model *summary* diatas diketahui nilai R_{square} sebesar 0,661 yang mana artinya bahwa kualitas pelayanan *customer service* berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa di bandara Sultan Syarif Kasim II Pekanbaru sebesar 66,1% yang dikategorikan berpengaruh kuat. Sedangkan sisanya 33,9% ditentukan atau dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak disertakan di dalam penelitian ini.

Pada variabel X, indikator bukti fisik (*tangible*) dan daya tanggap (*responsiveness*) mendapatkan nilai tertinggi dengan 4,24. Untuk nilai terendah pada variabel X adalah indikator empati (*empathy*) dengan nilai 4,19. Sedangkan pada variabel Y, indikator dengan nilai tertinggi adalah kebutuhan dengan nilai 4,24 dan nilai terendah adalah indikator harapan dengan nilai 4,18. Berdasarkan hasil yang diperoleh peneliti, maka dapat dipastikan bahwa kualitas pelayanan *customer service* berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pengguna jasa di bandara Sultan Syarif Kasim II Pekanbaru.

Jika dikaitkan dengan teori S-R, *customer service* memberikan stimulus atau rangsangan dalam bentuk pesan dengan cara penyampaian yang tepat, jika tidak tepat para pengguna jasa akan sulit untuk memahami maksud dari yang disampaikan. Dimana seseorang dapat memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikasi, jika

stimulus yang diberikan dalam bentuk positif maka akan memberikan respon yang positif juga. Dan apa yang diungkapkan pada teori Stimulus-Respon (S-R) dimana menjadi pijakan peneliti pada penelitian ini telah terbukti, yakni telah terjadi rangsangan terhadap kepuasan pengguna jasa di bandara Sultan Syarif Kasim II Pekanbaru, maksudnya disini yang menjadi stimulus adalah kualitas pelayanan dari *customer service* dan yang menjadi respon adalah kepuasan pengguna jasa di bandara Sultan Syarif Kasim II Pekanbaru.

Penelitian ini mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang kuat kepada kepuasan pengguna jasa, hal itu terbukti karena pelayanan yang sesuai dengan harapan dan kebutuhan pengguna jasa akan menimbulkan kepuasan. Dilihat dari ketiga penelitian terdahulu yang memperkuat hasil penelitian ini, dimana secara umum hasil penelitian memperlihatkan bahwa kualitas pelayanan memang memberikan kepuasan kepada para pengunjungnya. Penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian sebelumnya karena *customer service* di Bandara tidak berfokus untuk menarik atau mempertahankan pelanggan seperti pada penelitian sebelumnya. Tetapi fokus untuk mengoptimalkan pelayanan untuk membentuk *image* yang bagus sebagai sebuah tempat pendukung untuk sebuah transportasi udara. Pada penelitian sebelumnya dilihat kualitas pelayanan juga memberikan pengaruh yang signifikan serta positif terhadap kepuasan pelanggan. Maka, hasil dari penelitian yang dilakukan penulis dengan penelitian terdahulu memiliki pengaruh yang signifikan.

PENUTUP

Kesimpulan

Hasil penelitian pengaruh kualitas pelayanan *customer service* terhadap tingkat kepuasan pengguna jasa di Bandara Sultan Syarif Kasim II Pekanbaru menggunakan teori Stimulus-Respon (S-R), apa yang diungkapkan pada teori Stimulus-Respon (S-R) dimana menjadi pijakan peneliti pada penelitian ini telah terbukti, yakni telah terjadi rangsangan terhadap kepuasan pengguna jasa di bandara Sultan Syarif Kasim II Pekanbaru. Berdasarkan hasil uji regresi linear sederhana didapatkan nilai koefisien regresi $Y = 2,009 + 0,323 X$. bilangan konstanta (a) sebesar 2,009 dan koefisien variabel X sebesar 0,323. Sementara itu t_{hitung} (13,550) lebih besar dari t_{tabel} (1,989) dengan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ yang berarti berdasarkan perhitungan statistik yang diperoleh, maka hipotesis untuk penelitian ini yaitu H_a diterima H_o ditolak. Yaitu, H_a adanya pengaruh yang besar antara kualitas pelayanan *customer service* terhadap tingkat kepuasan pengguna jasa di bandara Sultan Syarif Kasim II Pekanbaru.

Berdasarkan tabel “Model Summary” memperlihatkan bahwa nilai nilai $R = 0,813$. Selanjutnya, nilai koefisien determinasi (R_{square}) adalah sebesar 0,661. Hal ini berarti dapat dijelaskan bahwa kepuasan pengguna jasa sebesar 66,1% yang berarti variabel kualitas pelayanan memiliki hubungan dalam kategori kuat dengan variabel kepuasan pengguna jasa. Sementara sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Yang berarti kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa di bandara Sultan Syarif Kasim II Pekanbaru sebesar 66,1%.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Arikunto, Suharsimi. 2013. *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktis*. Jakarta: Rineka Cipta
- Atmadjati, Arista. 2018. *Layanan Prima dalam Praktik Saat Ini*. Yogyakarta: Deepublish
- Dimiyati, Johni. 2013. *Metodologi Penelitian Pendidikan dan Aplikasinya pada Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD)*. Jakarta: Kencana
- Kriyantono, Rakhmat. 2010. *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Perdana Media Group.
- Morisson. 2017. *Metode Penelitian Survey*. (Edisi-1). Jakarta: Kencana
- Nasution, M. N. 2010. *Manajemen Mutu Terpadu: Total Quality Management (Edisi 2)*. Jakarta Timur: Ghalia Indonesia
- Nurhadi, Zikri Fachrul. 2017. *Teori Komunikasi Kontemporer*. Jakarta: Kencana
- Rahmayanti, Nina. 2010. *Manajemen Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Rangkuti, Freddy. 2013. *Customer Service Satisfaction & Call Center Berdasarkan ISO 9001*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Riduwan. 2004. *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*. Cetakan Pertama. Bandung: Alfabeta.
- Ridwan. 2004. *Belajar Mudah Penelitian Untuk Guru-Karyawan dan Peneliti Pemula*. Bandung: Alfabeta
- Ruslan, Rosady. 2004. *Metode Penelitian Public Realtion dan Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Rustan, Ahmad Sultra & Nurhakki Hakki. 2017. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: Deepublish
- Sudarso, Andriasan. 2016. *Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan (dilengkapi dengan hasil riset pada hotel berbintang di Sumatera Utara)*. Yogyakarta: Deepublish
- Sudjana. 2003. *Teknik Analisis Regresi dan Korelasi*. Bandung: Tarsito
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif R&D*. Bandung: Alfabeta
- Tjiptono, Fandi; Chandra, Gregorius. 2007. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi
- Tjiptono, Fandy. 2000. *Perspektif manajemen dan pemasaran kontemporer*. Yogyakarta: Andi
- Yusuf, A Muri. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian gabungan*. (Edisi-1). Jakarta: Kencana.

Internet

- <http://www.angkasapura2.co.id>, diakses pada hari Kamis, 13 Desember 2018
- <https://www.bernas.id/46237-customer-service-tak-hanya-sekadar-cocok-perhatikan-5-kriteria-ini.html>, diakses pada hari Selasa, 21 Mei 2019
- <https://media.neliti.com/media/publications/115736-ID-pengaruh-kualitas-pelayanan-terhadap-kep.pdf>, diakses pada hari Kamis, 23 Mei 2019

Sumber lain

- Ismerisa. 2013. *Pengaruh pelayanan terhadap kepuasan pelanggan (Survey pada pelanggan Listrik Pintar PT.PLN (Persero) Area Yogyakarta*. Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. Diakses pada hari Senin, 15 April 2019.

- (<http://digilib.uin-suka.ac.id/7963/1/BAB%20I%2C%20IV%2C%20DAFTAR%20PUSTAKA.pdf>)
- Mevyarta, Dwi potyes. 2017. *Pengaruh kualitas pelayanan customer service unicom care terhadap tingkat kepuasan pelanggan huawei di Solo*. Surakarta: Institut Agama Islam Negeri Surakarta. Diakses pada hari Kamis, 28 Januari 2019. (<http://eprints.iain-surakarta.ac.id/1387/>)
- Muharifa, Ellin. 2012. *Pengaruh pelayanan customer service PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk. Kandatel Riau Daratan terhadap kepuasan pelanggan flexi*. Pekanbaru: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim. Diakses pada hari Rabu, 27 Februari 2019 (http://repository.uin-suska.ac.id/8026/1/2012_2012_86KOM.pdf)
- Salmi, Anita Febriliandini. 2014. *Pengaruh kualitas pelayanan bagian operasional Trans Studio Bandung melalui “service excellent” terhadap kepuasan pengunjungnya*. Bandung: Universitas Komputer Indonesia. Diakses pada hari Senin, 27 Mei 2019. (<https://elib.unikom.ac.id/gdl.php?mod=browse&op=read&id=jbptunikompp-gdl-anitafebri-34736>)
- Sianipar, Ronita Uli Sari. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Relation Terhadap Kepuasan Pengunjung di Mal SKA Pekanbaru*. Pekanbaru: Universitas Riau. Skripsi Tidak di Publikasikan