

**PENGARUH PELAYANAN PRIMA TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN MUSLIM : STUDI KASUS PT ANGKASA PURA
I CABANG BANDARA JENDERAL AHMAD YANI
SEMARANG**



SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Guna Memeroleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam
(Konsentrasi Public Relations)

Disusun Oleh :

ISNA NURUL SABRINA

(2001026084)

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG**

2024

NOTA PEMBIMBING



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

Jl. Prof. Dr. H. Hamka KM 2 (Kampus 3 UIN Walisongo) Ngaliyan Telp. (024) 7506405 Semarang
50185 Website: www.fakdakom.walisongo.ac.id, email: fakdakom.uinws@gmail.com

NOTA PEMBIMBING

Lamp. : 4 bendel
Hal : Persetujuan Naskah Skripsi

Kepada Yth Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Walisongo Semarang
Di Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.


Setelah membaca, mengadakan koreksi dan melakukan perbaikan sebagaimana mestinya, maka kami menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Isna Nurul Sabrina
NIM : 2001026084
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jurusan : KPI/Public Relations
Judul : Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Pelanggan Muslim
: Studi Kasus [PT Angkasa Pura I Cabang Bandara Jenderal Ahmad
Yani Semarang]

Dengan ini kami setuju, dan mohon agar segera diujikan. Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 7 Juni 2024
Dosen Pembimbing,
Bidang Metodologi dan Tata Tulis


Alifa Nur Fitri, M.I.Kom.
NIP. 198907302019032017

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

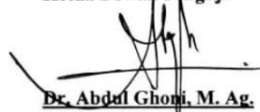
PENGARUH PELAYANAN PRIMA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MUSLIM : STUDI KASUS [PT. ANGKASA PURA I CABANG BANDARA JENDERAL AHMAD YANI SEMARANG]

Disusun Oleh:
Isna Nurul Sabrina
2001026084

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Pada tanggal 20 Juni 2024 dan dinyatakan **LULUS** memenuhi syarat guna memperoleh gelar
Sarjana Sosial (S.Sos)

Susunan Dewan Penguji

Ketua Dewan Penguji



Dr. Abdul Ghoni, M. Ag.

NIP. 197108 30 199703 1 003

Sekretaris Dewan Penguji



Adeni, M.A.

NIP. 199101 20 201903 1 066

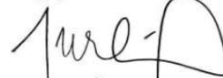
Penguji I



Dr. Hj. Siti Solikhati, M.A.

NIP. 196310 17 199103 2 001

Penguji II



Dra. Amelia Rahmi, M.Pd.

NIP. 196602 09 199303 2 065

Mengetahui,
Pembimbing



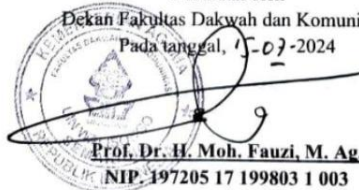
Alifa Nur Fitri, M.I.Kom.

NIP. 198907 30 201903 2 017

Disahkan oleh

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Pada tanggal, 11-07-2024



Prof. Dr. H. Moh. Fauzi, M. Ag.

NIP. 197205 17 199803 1 003

PERNYATAAN KEASLIAN

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Isna Nurul Sabrina

NIM : 2001026084

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan di dalamnya tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi di lembaga pendidikan lainnya. Pengetahuan yang diperoleh dari hasil penelitian maupun yang belum/tidak diterbitkan, sumbernya dijelaskan di dalam tulisan dan daftar pustaka.

Semarang



Isna Nurul Sabrina

NIM: 2001026084

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT. Atas limpahan, taufik, hidayah, serta inayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul "Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Pelanggan Muslim: Studi Kasus [PT Angkasa Pura I Cabang Bandara Jenderal Ahmad Yani Semarang]" walaupun melalui beberapa hambatan dan rintangan. Shalawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa umat manusia menuju zaman yang terang benderang dengan risalah yang dibawanya.

Skripsi yang telah penulis susun ini merupakan salah satu ikhtiar guna memperoleh gelar kesarjanaan di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang. Penulis menyadari, bahwa dalam proses penulisan skripsi tidak lepas dari bantuan berbagai pihak dengan penuh rasa ikhlas. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati dan rasa hormat penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Nizar Ali, M.Ag. selaku Rektor UIN Walisongo Semarang beserta staff dan jajarannya.
2. Prof. Dr. Moh. Fauzi, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang.
3. Bapak Dr. Asep Dadang Abdulah, M.Ag. selaku Ketua Jurusan sekaligus wali dosen yang telah mengarahkan penulis selama masa perkuliahan dan Bapak Dr. Abdul Ghoni, M.Ag. selaku Sekertaris Jurusan yang telah memberikan izin untuk penulisan karya ilmiah ini.
4. Ibu Alifa Nur Fitri, M.I.Kom., AMIPR. selaku dosen pembimbing skripsi penulis yang telah sabar dan teliti dalam mengarahkan serta memberi motivasi kepada penulis dalam proses perkuliahan dan dapat menyelesaikan karya ilmiah ini.

5. Bapak Adeni, M.A. selaku dosen pendamping revisi penulis yang telah sabar dan mengarahkan penulis dengan sangat baik, serta memberi motivasi kepada penulis untuk dapat menyelesaikan penelitian kuantitatif.
6. Segenap staff pengajar serta karyawan Fakultas dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang yang membantu selama berproses di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo.
7. Kedua orang tua penulis, Bapak Eko Budi Susilo dan Ibu Rofiqoh Sofiaty yang selalu mendukung, mendoakan serta selalu bersedia untuk menjadi tempat pulang.
8. Mba Ami, Mas Arif, Mba Fani, Dek Khaira dan Mba Ismi atas semua doa dan dukungan yang diberikan.
9. Bapak Zulfian selaku Stakeholder Relation Manager dan Bapak Mahesa selaku Stakeholder Relation Section Bandara Jenderal Ahmad Yani Semarang dan juga pendamping lapangan PPM penulis, yang telah membantu dalam mencapai keberhasilan penelitian di bandara Jenderal Ahmad Yani Semarang.
10. Lawinda Rahmawati sahabat penulis dari maba sampai saat ini yang selalu mendukung apapun tentang penulis sekaligus saksi perjuangan penulis menyelesaikan tugas akhir.
11. Dinu ngapak, Dhea jamet batak, dan Neng Ayus, yang menjadi saksi perjuangan penulis dan selalu mendengarkan keluh kesah penulis.
12. Mba Berlian dan Mba Kun yang menjadi teman diskusi dalam penyusunan tugas akhir sekaligus saksi perjuangan penulis menyelesaikan tugas akhir.
13. Lilis, Anja, Nuril, Sofi dan Yeni yang telah memberi semangat dan mendukung penulis dari jauh.
14. Teman-teman Crew WTV 2020-2024 yang telah menjadi tempat belajar, berkembang dan pulang.
15. Teguh direktur, Adlan PimPH, Adekku Deni, Rifa dan Inggit, yang selalu membantu penulis belajar dan berproses di WTV.

16. Team Lomba Film Pendek Porsi Jawara 2023 "Muleh" dan kakak-kakak Al Barokah Production "Ulem" yang telah memberikan support dan pengalaman serta proses pendewasaan yang luar biasa kepada penulis.
17. Teman-teman KKN Kolaboratif Nusantara DIY 2023, Bapak Dukuh Muji, Ibu Dukuh Dewi, Simbok, aa Alwan, Rida, Nurul, Tasya, Anisa, Ilma, Rayhan, Adam, Naila dan Risman yang telah bersedia untuk menjadi teman berdiskusi, bertukar pendapat serta memberi semangat dalam penyusunan karya ilmiah ini.
18. Segenap teman-teman KPI UIN Walisongo 2020 yang telah menjadi teman bertumbuh, berkembang dan berdinamika selama 4 tahun terakhir.
19. Seluruh partisipan yang telah bersedia meluangkan waktu untuk berpartisipasi dalam penelitian ini.
20. Semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

PERSEMBAHAN

Untuk Bapak, Ibu, Mba Ami, Mas Arif, Mba Fani, Dek Khaira

Terima kasih sudah senantiasa menjadi tempat pulang. Terima kasih atas segala do'a yang dipanjatkan. Terima kasih untuk kasih sayang yang tak terhingga yang selalu disisihkan disetiap langkah kemanapun saya pergi. Terima kasih sudah selalu ada dan memastikan agar saya tidak bertumbuh sendiri. Kasih sayang yang tidak dapat terbalaskan semoga Allah SWT selalu memberikan kesehatan dan kebahagiaan kepada beliau.

Untuk diri saya sendiri

For me, I'm almost satisfied now and very grateful. Gratitude is a divine emotion: it fills the heart, but does not explode; warms it, but doesn't have a fever.

MOTTO

أَتَىٰ أَمْرُ اللَّهِ فَلَا تَسْتَعْجِلُوهُ ۗ

“ketetapan Allah pasti datang. Maka janganlah kamu meminta agar dipercepat (kedatangan)-nya.”

-QS. An Nahl: 1-

إِنَّ اللَّهَ مَعَ الَّذِينَ اتَّقَوْا وَالَّذِينَ هُمْ مُحْسِنُونَ

“Sesungguhnya Allah bersama orang-orang bertakwa dan berbuat kebaikan.”

-QS. An Nah:128-

ABSTRAK

Isna Nurul Sabrina. 2001026084, **Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Pelanggan Muslim : Studi Kasus (PT Angkasa Pura I Cabang Bandara Jenderal Ahmad Yani Semarang).**

Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (field research) yang bersifat asosiatif dengan pendekatan kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui apakah pelayanan prima oleh PT Angkasa Pura I Cabang Bandara Jenderal Ahmad Yani Semarang berpengaruh terhadap pelanggan muslim yang menggunakan fasilitas pada Bandara tersebut. Untuk mengetahui hal tersebut maka digunakan analisis regresi linier sederhana dengan uji t dan koefisien determinasi. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 111 responden dengan penentuan sampel menggunakan teknik *convenience sampling*. Teknik pengumpulan data dengan penyebaran kuesioner secara langsung maupun tidak langsung (*daring*). Sedangkan untuk pengujian instrumen menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis dengan alat bantu berupa Microsoft Excel 2010 dan SPSS 27 for windows.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa pelayanan prima memberikan pengaruh positif serta memiliki hubungan yang kuat terhadap kepuasan pelanggan di PT. Angkasa Pura I Cabang Bandara Jenderal Ahmad Yani Semarang. Pada hasil uji determinasi (R) memperoleh nilai sebesar 68,2%, yang membuktikan bahwa variabel independen (pelayanan prima) mempengaruhi variabel *dependent* (kepuasan pelanggan) dengan korelasi sangat kuat, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian penulis seperti contoh mengenai pelayanan kargo, layanan informasi, atau lain sebagainya. Oleh karena itu, H₀ yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan muslim di PT. Angkasa Pura I Cabang Bandara Jenderal Ahmad Yani Semarang dalam penelitian ini ditolak, sedangkan H_a pada penelitian ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan muslim di PT Angkasa Pura I Cabang Bandara Jenderal Ahmad Yani Semarang diterima.

Kata Kunci: Pelayanan prima, Kepuasan Pelanggan Muslim, PT.Angkasa Pura I

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
NOTA PEMBIMBING.....	ii
PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
PERSEMBAHAN.....	viii
MOTTO	ix
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan	7
D. Manfaat Penelitian	7
E. Tinjauan Pustaka.....	8
BAB II PELAYANAN PRIMA DAN KEPUASAN PELANGGAN	12
A. Pelayanan Prima (<i>Service Excellence</i>).....	12
B. Kepuasan Pelanggan (<i>Customer Satisfaction</i>).....	14
C. Kerangka Berfikir	22
D. Hipotesis	23
BAB III METODE PENELITIAN	24
3.1. Jenis dan Sumber Data	24
3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian	25
3.3. Populasi dan Sampel.....	25
3.4. Definisi Operasional Variabel.....	26
3.5. Skala Pengukuran	32
3.6. Uji Coba Instrumen Penelitian	34

3.7. Teknik Analisis Data.....	37
3.8. Uji Hipotesis.....	39
BAB IV PT ANGKASA PURA I CABANG BANDARA JENDERAL AHMAD YANI	43
4.1 Sejarah Singkat PT. Angkasa Pura I Cabang Bandara Jenderal	43
4.1.1 Ahmad Yani Semarang	43
4.1.2 Visi, Misi, dan Nilai PT. Angkasa Pura I.....	44
4.2 Logo PT. Angkasa Pura I.....	45
4.3 Logo Bandara Jenderal Ahmad Yani Semarang	46
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	49
5.1. Karakteristik Responden.....	49
5.1.1. Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
5.1.2. Berdasarkan Usia	50
5.1.3. Berdasarkan Penggunaan Jasa	50
5.2. Deskripsi Data Penelitian	51
5.2.1. Uji Validitas.....	51
5.2.2. Uji Reliabilitas	53
5.2.3. Uji Asumsi Klasik.....	53
5.3. Hasil Pengujian Hipotesis.....	56
5.3.1. Uji Regresi Linear Sederhana	56
5.3.2. Uji t	57
5.3.3. Koefisien Determinasi (R ²)	58
5.4. Pembahasan Hasil Penelitian.....	58
BAB VI PENUTUP	62
6.1. Kesimpulan.....	62
6.2. Saran	62
DAFTAR PUSTAKA.....	64
LAMPIRAN.....	67
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	99

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Logo PT Angkasa Pura I	45
Gambar 4. 2 Logo Bandara Jenderal Ahmad Yani Semarang	46
Gambar 4. 3 Struktur Organisasi.....	48

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i>	1
Tabel 1. 2 CSI – Passenger Review	2
Tabel 3. 1 Skor Pengikat Menggunakan Skala Likert.....	33
Tabel 3. 2 Kisi-Kisi Angket Penelitian.....	30
Tabel 5. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Tabel 5. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	50
Tabel 5. 3 Karakteristik Berdasarkan Penggunaan Jasa.....	50
Tabel 5. 4 Uji Validitas	51
Tabel 5. 5 Uji Reliabilitas.....	53
Tabel 5. 6 Hasil Uji Normalitas.....	54
Tabel 5. 7 Uji Linearitas	55
Tabel 5. 8 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	56
Tabel 5. 9 Hasil Uji t	57
Tabel 5. 10 Hasil Uji Koefisien Determinasi	58

DAFTAR LAMPIRAN

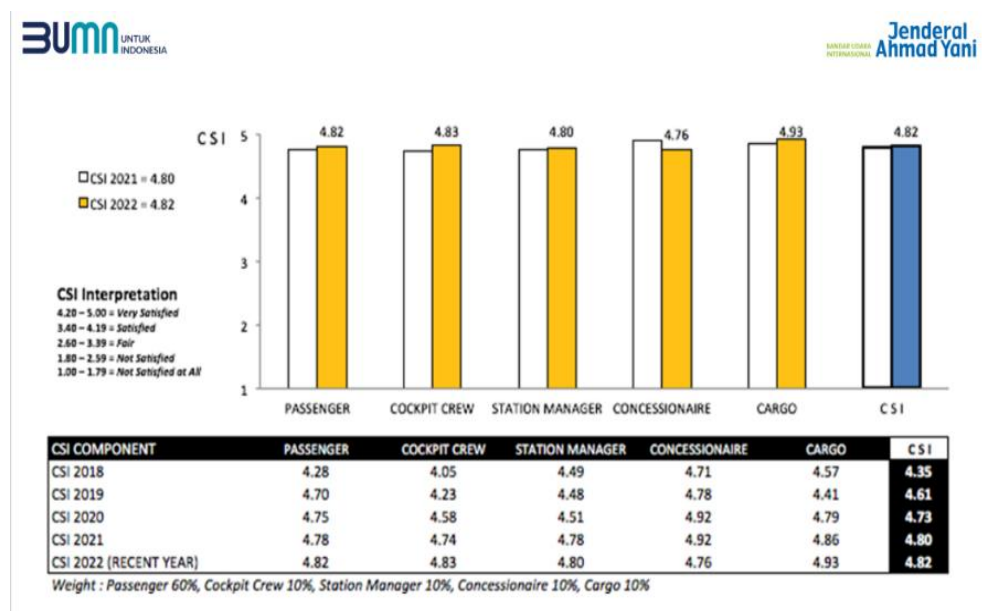
Lampiran 1 KUESIONER PENELITIAN	67
Lampiran 2 HASIL TABULASI KUESIONER	77
Lampiran 3 HASIL UJI VALIDITAS	79
Lampiran 4 HASIL UJI RELIABILITAS	83
Lampiran 5 HASIL UJI NORMALITAS	86
Lampiran 6 HASIL UJI HIPOTESIS	90
Lampiran 7 SURAT IZIN RISET	94
Lampiran 8 DOKUMENTASI KEGIATAN	95

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Salah satu indikator keberhasilan bisnis di industri jasa yakni kepuasan pelanggan. Kemungkinan besar pelanggan akan memanfaatkan layanan ini lebih lanjut jika mereka menyukainya. Di sisi lain, ketidakpuasan pelanggan membuat kecil kemungkinan mereka akan menggunakan layanan yang sama lagi. Begitupun halnya dengan penyedia jasa di industri lain, pengelola bandara harus senantiasa berupaya meningkatkan kualitas layanan sebagai upaya memberikan kepuasan bagi pelanggan. Namun, pada kenyataannya masih banyak ditemukan keluhan dari pelanggan terkait pelayanan yang kurang memuaskan di Bandara Ahmad Yani Semarang. Beberapa masalah yang sering muncul seperti keterlambatan atau *delay*, perubahan jadwal, fasilitas kurang memadai, petugas kurang ramah dan lain sebagainya.

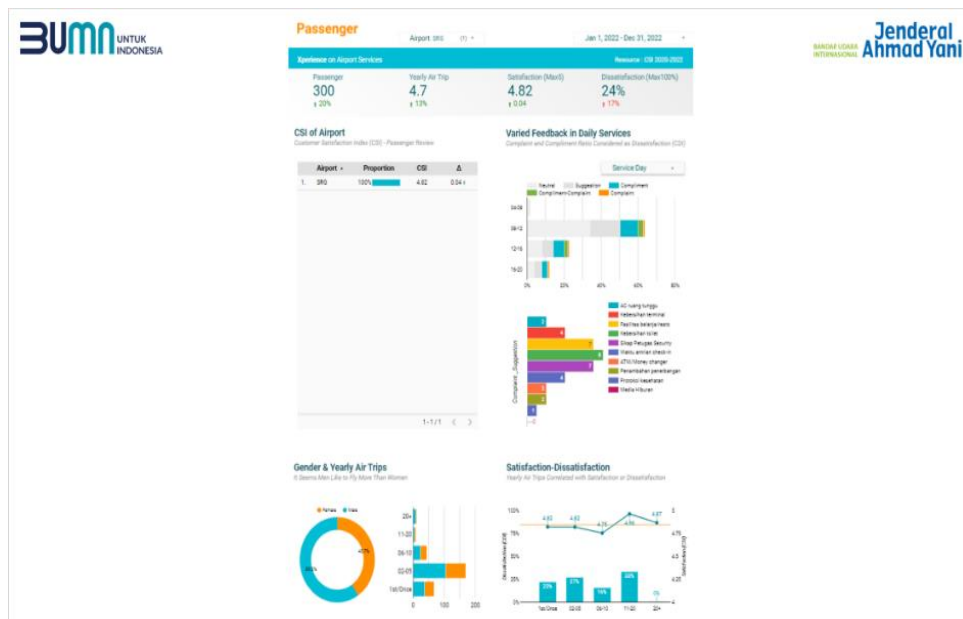
Tabel 1. 1 *Customer Satisfaction Index (CSI)*



Sumber: *Landside Terminal Operation (2023)*

Data *Customer Satisfaction Index (CSI) Jenderal Ahmad Yani Airport* dalam setiap tahun mengalami peningkatan pelayanan yang terbilang sama. Meskipun mengalami peningkatan dalam setiap tahunnya, CSI bisa dianggap kurang stabil karena peningkatan di tahun 2018 ke 2019 mengalami peningkatan 0,42 sedangkan tahun 2021 ke 2022 mengalami peningkatan 0,04 dari skala 1 sampai 5. Data 2022 menunjukkan bahwa Bandara Ahmad Yani menerima berbagai keluhan, tiga tertinggi di antaranya adalah kebersihan toilet sebanyak 8 keluhan, fasilitas belanja resto dan sikap petugas *security* sebanyak 7 keluhan dan kebersihan terminal serta protokol kesehatan sebanyak 4 keluhan. Data diperoleh dari 300 respon penumpang dengan poin kenyamanan 4.82 bernilai 24% dimana data tersebut menunjukkan adanya peningkatan sebesar 17% dibandingkan dari tahun sebelumnya.

Tabel 1. 2 CSI – *Passenger Review*



Sumber: *Landside Terminal Operation*

Perusahaan yang bergerak di bidang jasa memiliki fungsi menciptakan kepuasan pelanggan sehingga perusahaan tersebut berkewajiban untuk memberikan pelayanan yang prima terhadap

pelanggan, karena hal tersebut merupakan indikator kesuksesan dalam sebuah perusahaan. Menurut Bhattacharya & Sen, (2003), upaya memperoleh kesuksesan berkelanjutan di Pasar hendaknya memperhatikan beberapa hal, yakni proliferasi produk, kekacauan komunikasi serta kekecewaan pembeli. Dengan begitu, suatu perusahaan dapat membangun hubungan jangka panjang yang mendalam dan bermakna dengan pelanggan mereka. Sebagai poin menarik tambahan, Ford et al., (2001) mencatat bahwa bisnis yang bergerak di industri jasa mempunyai tujuan untuk membina hubungan positif dengan pelanggan mereka dan mempertahankan kapasitas untuk menyesuaikan diri terhadap tantangan tak terduga yang mungkin muncul pada waktu tertentu. Pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan menciptakan kesan positif.

Pengalaman menyenangkan pengguna jasa yang menjumpai kinerja suatu perusahaan atau pelayanan yang sesuai dengan harapannya merupakan konsekuensi dari kepuasan pelanggan yang merupakan akibat dari pengalaman menyenangkannya. Dengan kata lain, kepuasan pelanggan merupakan bentuk lain dari pengalaman baik yang didapatkan oleh para pengguna jasa dengan kinerja baik dari perusahaan. Pelanggan akan merasa puas dan senang ketika harapan atau ekspektasi mereka terpenuhi (Kusuma & Suwitho, 2015). Selain itu, Yuliana (dalam Zeithaml et al., 2011) menyatakan bahwa pengalaman konsumen merupakan hasil pertukaran antara perusahaan dan pelanggan. Hasil dari kinerja perusahaan dalam memenuhi harapan pelanggan dan memenuhi permintaan mereka melalui peningkatan kualitas layanan adalah bagian dari pengalaman pelanggan.

Peningkatan jumlah pelanggan juga tidak lepas dari sistem layanan publik yang baik, hal tersebut dapat diwujudkan melalui beberapa langkah strategis, diantaranya dengan membuat skema regulasi penyelenggaraan layanan publik. Terkait penerapan Standar Nasional Indonesia (SNI) 03-

7046-2004 tentang Fasilitas Terminal Penumpang Bandar Udara Sebagai Standar Wajib, skema ini tertuang dalam Peraturan Menteri Perhubungan Nomor 20 Tahun 2005. Peraturan ini diterbitkan pada tahun 2005. 2005. Pembentukan kerangka regulasi merupakan salah satu tindakan strategis yang dapat dilakukan dalam rangka mewujudkan sistem pelayanan publik yang berkualitas. Hal ini berkaitan dengan jenis bangunan yang menampung terminal penumpang, serta ukuran dan tingkat penyelesaiannya. Untuk mengakomodasi luas bangunan yang mewakili jumlah penumpang serta kompleksitas fungsi dan pengguna yang sudah ada, maka ketiga karakteristik tersebut perlu diubah. Menurut Menteri Perhubungan Indonesia pada tahun 2005, undang-undang ini berlaku untuk semua bisnis serupa di seluruh Indonesia, termasuk Bandara Jenderal Ahmad Yani di Semarang yang terletak di Jawa Tengah.

Seiring dengan peningkatan jumlah penerbangan, sistem layanan publik yang harus diperhatikan yaitu pelayanan terkait bagasi. Oleh karena itu, dibutuhkan unit khusus dalam penanganan bagasi. Bandara Ahmad Yani menyediakan unit bernama *lost and found* yang dapat memudahkan para pengguna jasa dalam melaporkan masalah yang berkaitan dengan bagasi. Muatan bagasi tersebut biasanya berupa koper, tas ataupun barang lain yang dibawa oleh penumpang. Kehadiran *lost and found* ini sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan untuk menggunakan alat transportasi. Permasalahan yang sering terjadi dalam unit *lost and found* antara lain adalah bagasi tertukar karena kesalahan pengiriman, kehilangan, keterlambatan, barang tidak bertuan, bahkan kerusakan yang disebabkan oleh perlakuan kasar petugas bandara dan lain sebagainya. Karena banyaknya penerbangan yang tersedia, tidak dapat dipungkiri akan terjadi banyak kesulitan. Ada kejadian yang terjadi dengan band Soegi Borneo yang berasal dari Semarang. Gitar mereka yang bernilai tiga puluh juta dolar itu rusak saat berada di bagasi pesawat Batik Air pada 18 September 2023. Diakui Fany Soegi, gitar akustiknya patah saat berada di bagasi, padahal sebenarnya itu adalah gitar akustik. dibungkus dengan

bubble wrap yaitu sejenis gelembung plastik. Selain itu, alat musik tambahan dari Soegi Borneo juga bernasib sama seperti yang dijelaskan di atas. Pihak *lost and found* Batik Air meminta maaf kepada pelanggan atas segala kesulitan yang ditimbulkan. Prosedur penempatan bagasi serta pemberian kompensasi kepada Soegi Bornean dilakukan sesuai dengan peraturan penerbangan terkait (Fahmi, 2023).

Keberadaan umat Islam sebagai wujud dari kelompok keagamaan terbesar di Indonesia, penting adanya bagi bandara untuk menyediakan fasilitas yang memadai guna memudahkan pelanggan muslim dalam menjalankan kewajiban mereka, khususnya dalam beribadah. Pelanggan muslim memiliki kebutuhan khusus terkait tempat ibadah mereka, yaitu sholat lima waktu. Sehingga pelanggan muslim selalu membutuhkan tempat yang nyaman dan sesuai untuk menjalankan kewajiban agama selama perjalanan mereka. Suatu bandara akan merasakan pengaruh yang menguntungkan karena tersedianya fasilitas ibadah dan fasilitas pendukung lainnya yang memadai dan sesuai dengan syariat Islam. Bandara Jenderal Ahmad Yani Semarang telah menunjukkan telah memenuhi standar yang telah ditetapkan, ditunjukkan dengan dikembangkannya fasilitas yang dirancang untuk mendukung umat Islam. Salah satu fasilitas tersebut adalah masjid yang berfungsi sebagai tempat ibadah sehari-hari dan digunakan untuk salat Jum'at. *Tenant-tenant* yang berada di terminal bandar udara juga menyediakan produk makanan dan minuman yang halal.

Fasilitas lain yang disediakan oleh Bandara Jenderal Ahmad Yani Semarang adalah penerbangan langsung (*direct flight*) dari SRG ke JED (Semarang ke Jeddah) dan SRG ke MED (Semarang ke Madinah) (Humas Bandara Ahmad Yani, 2023). *Flight direct* SRG-JED (Semarang – Jeddah) dan SRG-MED (Semarang – Madinah). Penerbangan internasional ini diberhentikan sementara saat pandemi Covid-19 tetapi telah dibuka kembali pada 1 Agustus 2023. Jumlah penumpang datang 1.055 dan

berangkat 1.666 di bulan September, serta penumpang datang 1.181 dan berangkat 868 di bulan Oktober (Sumber: AMC Bandara Ahmad Yani).

Menjelang hari besar, khususnya hari besar umat Islam, Bandara Jenderal Ahmad Yani Semarang mengalami lonjakan lalu lintas pesawat. Oleh karena itu, bandar udara mempersiapkan Posko Terpadu Angkutan Udara untuk menjamin keamanan, keselamatan serta kenyamanan seluruh pengunjung bandara selama arus mudik dan arus balik. Sejumlah entitas terkait seperti TNI dan POLRI, Kantor Otoritas Bandara Wilayah III Surabaya, Kantor Kesehatan Pelabuhan Kelas II Semarang, Basarnas Semarang, BMKG, Perum LPPNPI Cabang Semarang, JASINDO, Airlines, Ground Handling, serta petugas di Terminal Kargo dan Pos, terlibat dalam insiden ini. Selain itu, selama bulan Ramadhan, Bandara Jenderal Ahmad Yani Semarang menyediakan takjil gratis di area terminal serta di Masjid Baitus Salam (Sumber: website resmi ap1.co.id).

Berangkat dari fenomena-fenomena yang kerap terjadi di Bandara Jenderal Ahmad Yani Semarang mengenai fasilitas dan respon pengguna jasa, penulis tertarik untuk meneliti pelayanan yang ditawarkan kepada pengguna jasa. Dengan penekanan khusus pada penumpang muslim di Bandara Jenderal Ahmad Yani Semarang. Penelitian ini fokus pada pelayanan baik yang diberikan bandara kepada konsumen muslim dengan memperhatikan kebutuhan ibadahnya. Hal ini mencakup persyaratan bahwa bandara menyediakan fasilitas dan layanan yang sesuai dengan standar Islam. Semakin cepat dan akurat layanan yang diberikan kepada pelanggan, semakin besar dampak keseluruhannya terhadap tingkat kesenangan yang dialami oleh mereka yang menggunakan layanan tersebut. Temuan penelitian ini dapat menjadi referensi bagi Bandara Jenderal Ahmad Yani Semarang agar dapat lebih memahami dan memenuhi kebutuhan penumpang muslim.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan topik yang menjadi pokok penelitian, rumusan masalahnya sebagai berikut: “apakah pelayanan prima berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan muslim di PT Angkasa Pura I Cabang Bandara Jenderal Ahmad Yani Semarang?”

C. Tujuan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan muslim di PT Angkasa Pura I Cabang Bandara Jenderal Ahmad Yani Semarang.

D. Manfaat Penelitian

Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Skripsi ini berpotensi memberikan kontribusi bagi kemajuan kajian di bidang *Public Relations* dan Manajemen Pemasaran. Temuan penelitian ini dapat menjadi referensi dan arahan bagi organisasi lain yang ingin meningkatkan kualitas layanan mereka, khususnya yang mereka berikan kepada pelanggan Muslim.

2. Manfaat Praktis

Temuan penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan mengenai preferensi dan kebutuhan pelanggan bisnis yang mengidentifikasi diri mereka sebagai Muslim:

- a. Terhadap kualitas layanan di bandara, diharapkan mampu membantu pihak manajemen bandara untuk memahami secara lebih baik terkait kebutuhan dan *preferensi* pelanggan muslim.
- b. Penelitian ini berpotensi menawarkan pelanggan pemahaman tentang elemen-elemen yang mempengaruhi tingkat kepuasan mereka. Dengan demikian, pihak bandara akan mampu mengambil tindakan yang tepat untuk menjamin pelanggan mendapatkan pengalaman positif, yang pada akhirnya akan berdampak pada peningkatan loyalitas pelanggan dan kunjungan selanjutnya.

- c. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam bidang *Public Relations*/Humas dalam pelayanan prima yang baik terhadap pelanggan, sehingga mampu memberikan dampak positif bagi praktisi humas maupun perusahaan yang bergerak di bidang pelayanan konsumen.

E. Tinjauan Pustaka

Sebuah karya ilmiah tidak terlepas dari penelitian terdahulu sebagai sumber informasi, rujukan dan inspirasi. Berdasarkan penilaian peneliti terhadap beberapa penelitian terdahulu, peneliti menemukan adanya penelitian yang ada kaitannya dengan penelitian yang sedang dilakukan peneliti pada saat itu:

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Nasiruddin & Fanida, (2018) yang dilakukan oleh mahasiswa Universitas Negeri Surabaya dengan judul "*Kualitas Pelayanan Prima (Excellent Service) di PT. Angkasa Pura I (Persero) Bandar Udara Juanda Surabaya*". Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kualitatif dan deskriptif, dengan fokus utama pada indikator pelayanan luar biasa. Wawancara, observasi, dan dokumentasi merupakan tiga strategi yang digunakan dalam proses pengumpulan data. Berdasarkan hasil penelitian, PT. Angkasa Pura I Juanda Surabaya memberikan pelayanan pelanggan yang baik dan memuaskan. Penilaian ini dinilai sangat baik karena menunjukkan bahwa prosedur pelayanan hebat yang diberikan sudah sesuai dengan harapan pelanggan. Hal ini berlaku dari segi kemampuan pegawai dalam memberikan pelayanan, penampilan, dan fasilitas yang diberikan. Variabel yang diteliti inilah yang sama dengan penelitian yang dilakukan Nasiruddin (2018) yaitu pelayanan baik yang diberikan di bandara. Namun, perbedaan kedua penelitian dapat ditinjau dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Nasirudin (2018) mengenai kualitas pelayanan prima, sedangkan penelitian ini lebih mengarah kepada pengaruh pelayanan

prima itu sendiri. Selain itu, objek penelitian Nasirudin (20) berada di PT. Angkasa Pura I Cabang Bandara Juanda Surabaya.

Kedua, Alamsyah, (2022), mahasiswa Sekolah Tinggi Teknologi Kedirgantara Yogyakarta, melakukan penelitian dengan judul "*Pengaruh Kualitas Pelayanan Informasi Terhadap Kepuasan Penumpang di PT. Angkasa Pura I Bandar Udara Ahmad Yani Semarang*". Penelitian ini dipublikasikan pada tahun 2022. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif yang menggunakan metode kuisisioner atau kuisisioner. Seratus orang dipilih untuk berpartisipasi dalam studi penelitian. Oknum tersebut merupakan penumpang PT. Angkasa Pura I Bandara Ahmad Yani Semarang. Berdasarkan skor tersebut, temuan penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang cukup besar antara kualitas layanan informasi dengan tingkat kepuasan yang dialami penumpang di PT. Angkasa Pura I Bandara Ahmad Yani Semarang. Analisis data dan pengujian hipotesis dilakukan dengan teknik analisis regresi linier sederhana menggunakan SPSS Windows edisi 20.0. Terdapat kesamaan antara penelitian yang dilakukan Alamsyah (2022) dengan objek yang diteliti yaitu berpusat pada pengaruh pemberian pelayanan prima dan kepuasan pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh Alamsyah (2022) berfokus pada kualitas layanan informasi, sedangkan penelitian ini berfokus pada pelayanan prima yang ditawarkan oleh PT. Angkasa Pura I Cabang Bandara Jenderal Ahmad Yani Semarang kepada pelanggan muslim. Perbedaan kedua penelitian tersebut terlihat pada penelitian Alamsyah yang fokus pada kualitas layanan informasi.

Ketiga, "*Analisis Terhadap Kepuasan Pelanggan Berdasarkan Strategi Komunikasi Customer Service dan Kualitas Pelayanan pada Usaha Busana Muslim Semoga Indah Jaya Medan*" adalah judul penelitian ketiga yang dilakukan oleh Rosmika, (2022), mahasiswa Universitas Amir Hamzah. Populasi penelitian ini adalah pelanggan Usaha Busana Muslim Harapan Indah Jaya Medan yang berjumlah 54 orang, dan Rosmika menggunakan metodologi penelitian kuantitatif untuk melakukan

analisis statistik. Wawancara, kuesioner, dan studi dokumentasi merupakan instrumen yang digunakan. Berdasarkan temuan penelitian Rosmika, komponen strategi komunikasi yang berkaitan dengan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepuasan yang dialami pelanggan. Alasan mengapa penelitian ini dan penelitian yang dilakukan Rosmika (2022) dapat memiliki permasalahan adalah karena keduanya berupaya untuk meneliti topik yang sama, yaitu pengaruh pengaruh kepuasan pelanggan. Namun, perbedaannya dapat ditinjau dari cakupan penelitian Rosmika (2022) yang lebih luas.

Keempat, Puspitasari, (2022), mahasiswa Manajemen STIEPARI Semarang, melakukan penelitian dengan judul "*Pengaruh Aspek Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Penumpang di Bandara Jenderal Ahmad Yani Semarang*". Penelitian ini merupakan penelitian keempat. Metode kuantitatif digunakan dan dimanfaatkan dalam proses penelitian. Untuk mengetahui pengaruh faktor independen terhadap variabel dependen, dilakukan analisis regresi berganda. Selain itu, pengujian model dan pengujian hipotesis juga dilakukan. Uji validitas dan reliabilitas dilakukan sebelum dilakukan pengujian hipotesis. Temuan penelitian yang dilakukan Dwi (2022) menunjukkan bahwa diperlukan peningkatan dan daya tanggap yang tulus untuk meningkatkan derajat kepuasan yang dialami penumpang dan meningkatkan kualitas layanan yang ditawarkan kepada mereka. Persamaan penelitian ini dan penelitian Dwi (2022) terletak pada hal yang diteliti, yakni seputar pengaruh kepuasan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan. Lokasi kedua penelitian juga sama. Namun, perbedaan kedua penelitian dapat ditinjau dari subjek yang lebih mengkhususkan pada pelanggan muslim. Selain itu, penelitian Dwi (2022) menggunakan metode penelitian regresi berganda sedangkan penelitian ini hanya menggunakan regresi linear.

Kelima, Mahasiswa Universitas Ekasakti Padang Hajar dkk., (2023) melakukan penelitian dengan judul "*Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa PT. Angkasa Pura II (PERSERO) Terhadap Kepuasan Penumpang*".

Penerbangan Domestik di Bandara Internasional Minangkabau”. Metode penelitian kuantitatif yang menggunakan data primer (informasi yang diperoleh langsung dari sumber penelitian) inilah yang digunakan dalam penelitian ini. Jenis analisis data yang digunakan adalah regresi linier langsung, dan strategi pengumpulan datanya adalah dengan menggunakan kuesioner berupa daftar pertanyaan. Dari temuan penelitian yang dilakukan Hajar diketahui bahwa tingkat pelayanan yang diberikan Bandara Minangkabau berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan yang dialami pelanggan yang melakukan perjalanan penerbangan domestik di Bandara Internasional Minangkabau. Dari segi variabel penelitian, persamaan antara penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Hajar et al. (2023) mengemukakan fakta bahwa kedua penelitian tersebut berfokus pada pemberian pelayanan prima untuk menjamin kepuasan pelanggan di bandara. Namun, perbedaan kedua penelitian dapat ditinjau dari penelitian Hajar *et al.* (2023) lebih spesifik mengarah ke kualitas pelayanan dan penerbangan domestik, sedangkan dalam penelitian ini merujuk ke pelayanan prima yang dikhususkan terhadap pelanggan muslim.

BAB II

PELAYANAN PRIMA DAN KEPUASAN PELANGGAN

A. Pelayanan Prima (*Service Excellence*)

Aspek terpenting dari lembaga atau organisasi penyedia jasa adalah layanannya. Reputasi suatu lembaga ada di tangan gatekeeper yang membawahi lembaga tersebut. Sikap ceria sangatlah penting untuk memberikan kesan yang baik, dan ini merupakan salah satu hal yang paling penting. Walaupun sikap mungkin terkesan sepele, namun penting untuk diperhatikan karena sikap tersebut sebenarnya mempunyai potensi untuk memberikan dampak yang besar. Menurut penelitian (Suparman et al., 2020), sikap biasanya didorong oleh ide, dan jika kita mempunyai pikiran yang bahagia, secara tidak langsung kita sedang menyalurkan energi positif ke seluruh tubuh kita.

Pelayanan yang diberikan kepada pelanggan yang didasari oleh rasa peduli untuk membantu dengan sungguh-sungguh sehingga menghasilkan rasa kepuasan dari seorang pelanggan dianggap sebagai pelayanan yang baik, seperti yang diungkapkan oleh Yani & Prasetyo, (2020). Sedangkan menurut Agung & Yuliana, (2010) terdapat lima pedoman dasar pelayanan pelanggan meliputi; memberikan kesan pertama yang baik, bersikap baik dan sopan, menunjukkan sikap positif, jujur dan melayani dari hati.

a. Paradigma Pelayanan Prima

Menurut Patton (2015) pelayanan terbaik (*excellent service*) dapat membedakan kualitas sebuah perusahaan satu dengan perusahaan yang lainnya. Patton, (2015) menyatakan bahwa untuk mengubah layanan reguler menjadi layanan luar biasa, diperlukan tiga paradigma yang mengikat. Pertama, persepsi diri sangat penting. Persepsi diri yang dimaksud adalah kemampuan penyedia jasa untuk menilai kemampuan diri sendiri dalam upaya memberikan kontribusi terhadap pekerjaan. Kedua, cara kita

memandang orang lain. Penyedia jasa harus memiliki hubungan emosional yang baik dengan pelanggan. Penyedia jasa diwajibkan untuk memberikan tingkat pelayanan setinggi-tingginya kepada konsumen sesuai dengan standar operasional prosedur yang berlaku. Ketiga, cara seseorang memandang pekerjaan mereka. Mereka yang percaya bahwa apa yang mereka lakukan bersifat signifikan dan bermanfaat. Hal tersebut mendorong seseorang untuk memiliki motivasi dan antusiasme yang tinggi sehingga dapat mengerahkan seluruh kemampuan dalam menjalankan tugas.

b. Unsur-Unsur Pelayanan

Menurut Barata (2004) terdapat berbagai komponen yang membentuk pelayanan prima. Enam komponen utama keunggulan layanan tersebut sebagai berikut :

1) Kemampuan (*Ability*)

Seseorang harus memiliki tingkat pengetahuan dan kemampuan memadai untuk dapat memberikan pelayanan yang prima. Perhatikan contoh-contoh berikut ini: mempunyai pengetahuan yang relevan dengan bidang pekerjaannya, mempunyai keterampilan yang relevan dengan bidang pekerjaannya, mempunyai tingkat kreatifitas yang tinggi, mempunyai kemampuan berkomunikasi secara efektif, mampu memposisikan diri dalam berbagai bidang pekerjaan, situasi sehingga Anda mampu beradaptasi dengan lingkungan, dan memiliki kemampuan mengendalikan emosi.

2) Sikap (*Attitude*)

Membuat pelanggan merasa nyaman dapat dicapai salah satunya dengan memberikan pelayanan prima kepada mereka. Selain itu, penting untuk mempertimbangkan kebutuhan pelanggan dan menangani pelayanan dengan bijaksana.

3) Penampilan (*Appearance*)

Ketika memberikan pelayanan atau bekerja dengan orang lain, seseorang harus memperhatikan penampilannya, khususnya dalam hal kerapian dan kesopanan.

4) Perhatian (*Attention*)

Dalam hal layanan pelanggan, perhatian didefinisikan sebagai memberikan perhatian penuh kepada pelanggan, memantau dan menafsirkan kebutuhan mereka, serta mendengarkan dengan sungguh-sungguh apa yang mereka katakan.

5) Tindakan (*Action*)

Tindakan dapat dilakukan dengan mencatat setiap pesanan atau permintaan, mendokumentasikan permintaan, menegaskan keinginan dan memenuhi kebutuhan pelanggan.

6) Tanggung Jawab (*Accountability*)

Pelaksanaan pelayanan prima sangat membutuhkan tanggung jawab secara baik dan penuh.

Kossmann (dalam Gemmel, 2007) mengemukakan bahwa pihak penyedia layanan bandara dan maskapai selalu berupaya memahami kebutuhan penumpang. Kualitas pelayanan bandara tidak hanya berfokus pada perantara (penyedia layanan), akan tetapi terhadap kebutuhan dan keinginan (penumpang).

B. Kepuasan Pelanggan (*Customer Satisfaction*)

Konsep kepuasan pelanggan dapat dilihat sebagai suatu keadaan di mana persyaratan, keinginan, dan harapan pelanggan terpenuhi secara efektif. Menurut Suparman et al. (2020) setiap pelanggan mengharapkan sebuah organisasi atau perusahaan memiliki manajemen pelayanan (*service control*) yang baik. Kepuasan pelanggan akan tercapai apabila layanan yang diberikan dapat membantu pelanggan sehingga pelanggan tersebut mengingat layanan

yang diberikan. Hal tersebut diharapkan dapat menjadi salah satu alasan utama agar pelanggan tertarik menggunakan jasa kembali.

Harapan konsumen dan kinerja penyedia jasa sama-sama berdampak pada tingkat kepuasan pelanggan. Ketika kinerja suatu produk atau jasa tidak mencapai apa yang diharapkan, pelanggan akan merasakan perasaan tidak puas. Sedangkan konsumen akan mempunyai rasa puas jika kinerja produk atau jasa sudah sesuai dengan standar yang telah ditetapkan. Apabila kinerja suatu produk atau jasa melebihi harapan pelanggan, maka pelanggan akan merasakan tingkat kepuasan (*delight*) yang tinggi. Model yang disebut *Service Quality Gap Model* yang dikembangkan oleh Suparman dkk., (2020) memberikan bukti atas anggapan tersebut:

$$\text{Customer satisfaction} \rightarrow \text{Expectation} = \text{Perception}$$

The Expectancy Disconfirmation Theory menjelaskan proses dimana seseorang mengalami kebahagiaan dan kekecewaan. Sesuai dengan pengertian tersebut, tingkat kebahagiaan atau ketidakpuasan yang dialami pelanggan tidak hanya dipengaruhi sebelum transaksi tetapi juga setelah selesainya transaksi. Menurut Barata (2004) produk atau jasa tergolong dapat berfungsi, sebagai berikut:

- 1) *Positive Disconfirmation*, terjadi ketika suatu barang atau jasa berkinerja lebih baik dari yang diharapkan atau melampaui harapan sehingga pengguna jasa merasa senang dan puas.
 - 2) *Simple Confirmation*, terjadi ketika suatu produk atau layanan memenuhi kebutuhan dan harapan pengguna sehingga pengguna jasa merasa netral atau normal.
 - 3) *Negative Disconfirmation*, terjadi ketika layanan atau produk tidak berjalan sesuai rencana sehingga pengguna jasa merasa kecewa.
- a. Tingkat Kepuasan Pelanggan

Kebahagiaan pelanggan sangat penting bagi tujuan manajemen layanan untuk mencapai tingkat kualitas layanan tertentu (Fatihudin & Firmansyah, 2019). Tingkat kepuasan pelanggan dikategorikan menjadi tiga bagian, yaitu :

- 1) *Expected*, merupakan hal-hal yang pelanggan harapkan ada atau bisa, akan tetapi jika tidak ada tidak akan mengurangi kepuasan pelanggan.
- 2) *Desire*, merupakan hal-hal yang ada dalam angan-angan pelanggan ketika mendapatkan sebuah *service*.
- 3) *Unexpected*, merupakan tingkatan tertinggi kualitas layanan yaitu hal-hal yang sebelumnya tidak terbayangkan akan terjadi.

b. Mengukur Kepuasan Pelanggan

Mengukur faktor-faktor yang berdampak terhadap kepuasan pelanggan atau konsumen merupakan salah satu metode untuk menentukan tingkat kepuasan. Menurut Riyanto (2012) terdapat lima variabel, meliputi :

- 1) *Tangibles*, adalah indikator fisik dari kapasitas bisnis untuk memberikan pengalaman pelanggan terbaik, termasuk tampilan fisik bangunan, fasilitas, peralatan teknologi tambahan dan penampilan staf.
- 2) *Reliability*, suatu perusahaan dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggannya, seperti cepat, efektif, bebas dari kesalahan, dan menunjukkan rasa empati, disebut dengan keandalan. Variabel ini juga dikenal sebagai keandalan.
- 3) *Responsiveness*, ialah kapasitas untuk bertindak cepat, dengan kejelasan dan kemudahan pemahaman baik dalam penyampaian maupun isi. Variable ini dikenal sebagai daya tanggap.

- 4) *Assurance*, merupakan jaminan yang berasal dari sikap karyawan yang sopan dan komunikasi yang efektif. Sikap tersebut berkontribusi dalam membangun kepercayaan pelanggan. Misalnya, memberikan rasa aman kepada pelanggan, bersikap baik dan sopan setiap saat, memiliki keahlian yang cukup untuk dapat menjawab pertanyaan pelanggan dan dapat diandalkan.
- 5) *Empathy*, mengacu pada pemberian perhatian penuh kepada pelanggan dan berupaya memahami kebutuhan mereka. Contohnya memberikan nasihat, memenuhi kebutuhan pelanggan, bersedia menjawab pertanyaan setiap saat, memperlakukan pelanggan dengan baik dan toleransi dan menawarkan lingkungan layanan yang ramah dan aman.

Kotler (2011:35) dalam (Palandeng & Lumentut, 2014) kepuasan pelanggan mengacu pada kesenangan dan kekecewaan yang ada setelah melakukan perbandingan kinerja hasil yang difikirkan dari suatu produk dengan kinerja hasil yang diharapkan, indikatornya meliputi :

- 1) Puas terhadap layanan
- 2) Puas terhadap jasa
- 3) Puas terhadap perusahaan
- 4) Puas terhadap keseluruhan

Kepuasan pelanggan dalam konteks layanan jasa, merupakan respon yang diberikan oleh pelanggan terhadap kesesuaian antara kepentingan sebelumnya dan setelahnya. Apabila pelayanan yang diperoleh sesuai dengan apa yang diharapkan maka kepuasan akan tercapai. Menurut penelitian (Yani & Prasetyo, 2020) tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi dicapai ketika pelayanan di atas melebihi ekspektasi pelanggan.

Perusahaan dapat memaksimalkan pelayanan yang menyenangkan dan menghilangkan pelayanan yang tidak sesuai guna meningkatkan kepuasan pelanggan. Penyedia jasa dituntut untuk memahami bahwa pelanggan mungkin tertarik pada barang atau jasa serupa yang memenuhi harapan mereka. (Fatihudin & Firmansyah, 2019).

C. Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Pelanggan

Beberapa studi menunjukkan bahwa pelayanan prima memiliki dampak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Zeithaml, Parasuraman, dan Berry (1990) dalam buku mereka "Delivering Quality Service" menguraikan bahwa kualitas layanan yang tinggi berhubungan erat dengan kepuasan pelanggan. Mereka memperkenalkan model SERVQUAL yang mengevaluasi lima dimensi kualitas layanan: keandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), empati (empathy), dan bukti fisik (tangibles).

1. Keandalan (Reliability): Kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang dijanjikan dengan akurat dan andal.
2. Daya Tanggap (Responsiveness): Kesiediaan untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan dengan cepat.
3. Jaminan (Assurance): Pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menginspirasi kepercayaan dan keyakinan.
4. Empati (Empathy): Menyediakan perhatian yang peduli dan individual kepada pelanggan.
5. Bukti Fisik (Tangibles): Penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel, dan bahan komunikasi.

Model SERVQUAL ini telah menjadi alat yang sangat berharga dalam menilai dan meningkatkan kualitas layanan. Keandalan (reliability) merujuk pada kemampuan penyedia layanan

untuk melaksanakan layanan yang dijanjikan secara akurat dan konsisten. Ini termasuk dalam memberikan layanan tepat waktu, sesuai dengan harapan pelanggan, dan bebas dari kesalahan. Daya tanggap (*responsiveness*) mencakup kesediaan dan kemampuan staf untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan dengan cepat. Hal ini penting dalam menciptakan persepsi positif di benak pelanggan tentang layanan yang cepat dan efisien. Jaminan (*assurance*) mengacu pada pengetahuan dan kesopanan staf serta kemampuan mereka untuk menanamkan rasa percaya dan keyakinan kepada pelanggan. Hal ini melibatkan faktor-faktor seperti kompetensi, kredibilitas, dan keamanan. Empati (*empathy*) bermakna memahami dan memperhatikan kebutuhan serta perasaan pelanggan secara individual. Pada poin ini dapat menunjukkan seberapa jauh penyedia layanan bersedia untuk memberikan perhatian pribadi kepada setiap pelanggan, yang dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Bukti fisik (*tangibles*) mencakup aspek-aspek nyata dari layanan, seperti fasilitas fisik, peralatan, personel, dan materi komunikasi. Faktor-faktor ini dapat mempengaruhi persepsi pelanggan tentang kualitas layanan melalui tampilan fisik yang bersih, modern, dan profesional.

Secara garis besar, model SERVQUAL menyediakan kerangka kerja yang komprehensif untuk mengevaluasi dan meningkatkan kualitas layanan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Melalui pemahaman dan penerapan dimensi-dimensi ini, perusahaan dapat menciptakan pengalaman layanan yang lebih baik dan lebih memuaskan bagi pelanggan mereka, yang pada akhirnya akan mendukung pertumbuhan bisnis dan keberhasilan jangka panjang.

Menurut Gronroos, (1984), kepuasan pelanggan dapat dicapai melalui kualitas layanan yang mencakup dua aspek utama: kualitas teknis (*technical quality*) dan kualitas fungsional (*functional quality*).

Kualitas Teknis (Technical Quality) merupakan hasil yang diterima pelanggan dari layanan. Sementara, Kualitas Fungsional (Functional Quality) merupakan cara layanan disampaikan kepada pelanggan.

Penelitian oleh Cronin & Taylor, (1992) dalam "Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension" menekankan pentingnya kualitas layanan sebagai prediktor utama kepuasan pelanggan dan loyalitas. Mereka mengembangkan model SERVPERF yang menyarankan bahwa persepsi kualitas layanan langsung mempengaruhi kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya mempengaruhi niat untuk kembali menggunakan layanan tersebut. Mereka mengembangkan model SERVPERF yang menyarankan bahwa persepsi kualitas layanan secara langsung mempengaruhi kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya mempengaruhi niat untuk kembali menggunakan layanan tersebut.

Model SERVPERF ini merupakan pengembangan dari model SERVQUAL yang diperkenalkan oleh Zeithaml et al., (1990). Jika SERVQUAL menilai kualitas layanan berdasarkan perbedaan antara harapan dan persepsi pelanggan, SERVPERF fokus pada pengukuran persepsi kualitas layanan secara langsung tanpa mempertimbangkan harapan pelanggan. Pendekatan ini dianggap lebih efisien dan relevan dalam mengukur kualitas layanan karena mengeliminasi variabilitas yang mungkin muncul dari ekspektasi pelanggan yang berbeda-beda. Dalam penerapan model SERVPERF, kualitas layanan diukur melalui lima dimensi yang sama seperti dalam SERVQUAL: keandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), empati (empathy), dan bukti fisik (tangibles). Namun, SERVPERF lebih menekankan pada pengalaman aktual pelanggan terhadap layanan yang diberikan. Keandalan merujuk pada seberapa baik layanan disampaikan secara konsisten dan akurat, daya tanggap mengukur kecepatan dan kemauan staf dalam memberikan bantuan, jaminan mencakup tingkat keahlian dan sopan santun staf yang dapat

meningkatkan rasa percaya pelanggan, empati menilai perhatian individual yang diberikan kepada pelanggan, dan bukti fisik mencakup aspek-aspek nyata dari fasilitas layanan.

Lovelock & Wirtz, (2007) menemukan bahwa kualitas layanan yang dirasakan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kepuasan ini, dalam model mereka, bertindak sebagai mediator yang menghubungkan persepsi kualitas layanan dengan loyalitas pelanggan. Dengan kata lain, ketika pelanggan merasa puas dengan kualitas layanan yang diterima, mereka cenderung lebih loyal dan memiliki niat yang lebih tinggi untuk kembali menggunakan layanan tersebut di masa depan. Loyalitas pelanggan ini tidak hanya berdampak pada peningkatan retensi pelanggan tetapi juga berpotensi meningkatkan keuntungan jangka panjang bagi perusahaan melalui pembelian berulang dan rekomendasi dari mulut ke mulut. Dalam implementasi bisnis terutama dalam bisnis pelayanan, pemahaman dan penerapan model SERVPERF dapat membantu perusahaan dalam meningkatkan kualitas layanan mereka secara lebih efektif. Dengan fokus pada persepsi aktual pelanggan terhadap layanan, perusahaan dapat mengidentifikasi area-area yang memerlukan perbaikan dan mengambil langkah-langkah yang tepat untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Hal ini pada akhirnya akan mendukung keberhasilan dan keberlanjutan bisnis di tengah persaingan yang semakin ketat.

Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Lovelock & Wirtz, (2007) dalam bukunya yang berjudul "Services Marketing: People, Technology, Strategy" menunjukkan bahwa pelayanan prima yang diberikan oleh staf bandara seperti fasilitas keamanan, kebersihan, dan kenyamanan, sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Kepuasan ini penting untuk menciptakan pengalaman positif yang akan mendorong pelanggan untuk kembali menggunakan layanan tersebut di masa mendatang. Dalam penelitian tersebut,

mereka menemukan bahwa aspek-aspek seperti keamanan, kebersihan, dan kenyamanan yang disediakan oleh staf bandara berperan signifikan dalam membentuk persepsi positif pelanggan. Pelayanan yang baik dalam hal ini mencakup berbagai hal, mulai dari responsivitas petugas keamanan, kebersihan fasilitas seperti toilet dan ruang tunggu, hingga kenyamanan yang dirasakan selama berada di bandara. Kepuasan pelanggan yang tercipta dari pelayanan prima ini tidak hanya meningkatkan pengalaman pengguna saat itu, tetapi juga berkontribusi pada loyalitas pelanggan. Dengan demikian, pelanggan yang puas lebih mungkin untuk kembali menggunakan layanan bandara tersebut di masa depan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan reputasi dan profitabilitas bandara.

D. Kerangka Berfikir

Sebagai kelanjutan kajian teoritis, kerangka berpikir merupakan gambaran alur pemikiran peneliti. Tujuannya adalah untuk memberikan penjelasan mengapa peneliti mempunyai asumsi yang dikemukakan dalam hipotesis. Berdasarkan latar belakang, identifikasi masalah, dan rumusan masalah yang telah peneliti kemukakan sebelumnya, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana pengaruh pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan muslim di PT Angkasa Pura I Cabang Bandara Jenderal Ahmad Yani Semarang.

Variabel X	Variabel Y
Pelayanan Prima	Kepuasan Pelanggan
Dimana variabel Independen (X), yaitu Pelayanan Prima diukur dengan 6 indikator, sebagai berikut :	Dimana variabel Dependen (Y), yaitu Kepuasan Pelanggan diukur dengan 4 indikator, sebagai berikut :
<ul style="list-style-type: none"> a. <i>Ability</i> (Kemampuan) b. <i>Attitude</i> (Sikap) c. <i>Appearance</i> (Penampilan) d. <i>Attention</i> (Perhatian) e. <i>Action</i> (Tindakan) f. <i>Accountability</i> (Tanggung Jawab) 	<ul style="list-style-type: none"> a. Puas terhadap layanan b. Puas terhadap jasa c. Puas terhadap perusahaan d. Puas terhadap keseluruhan
Sumber : Barata (2004)	Sumber : Kotler (2011)

E. Hipotesis

Menurut (Solimun dkk., (2018), hipotesis adalah hipotesis yang merupakan jawaban atau dugaan sementara terhadap suatu pernyataan masalah yang ditawarkan dalam penelitian. Artinya hipotesis perlu divalidasi atau diuji dengan menggunakan data empiris. Dalam penyelidikan ini, teori berikut telah diajukan:

H₀ : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Pelayanan Prima terhadap Kepuasan Pelanggan Muslim di PT Angkasa Pura I Cabang Bandara Jenderal Ahmad Yani Semarang

H_a : Terdapat pengaruh yang signifikan antara Pelayanan Prima terhadap Kepuasan Pelanggan Muslim di PT Angkasa Pura I Cabang Bandara Jenderal Ahmad Yani Semarang

Tingkat kepuasan pelanggan berkorelasi positif dengan kualitas layanan yang diterima. Di sisi lain, kualitas layanan yang buruk mengakibatkan tingkat kepuasan pelanggan yang lebih rendah.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis dan Sumber Data

3.1.1 Jenis Penelitian dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (*field research*) yang bersifat asosiatif. Penelitian asosiatif adalah penelitian yang tujuannya untuk mengetahui hubungan dua variable atau lebih (Sugiyono, 2016). Dalam penelitian ini, penelitian asosiatif digunakan untuk menjelaskan mengenai pengaruh pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan muslim di PT Angkasa Pura I Cabang Bandara Jenderal Ahmad Yani Semarang.

Adapun metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yakni menggunakan pendekatan kuantitatif, khususnya berupa survei online. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei yang disebarluaskan secara online melalui penggunaan Google Form dan dipublikasikan secara online melalui penggunaan platform media sosial seperti Instagram, X, dan Whatsapp. Pembatasan satu *email* untuk mengisi kuesioner sebanyak satu kali juga diberlakukan pada pengumpulan data. Partisipan dalam penelitian ini harus memenuhi kriteria sebagai berikut: harus warga negara Indonesia (WNI), harus beragama Islam, harus merupakan pengguna jasa Bandara Jenderal Ahmad Yani Semarang, dan harus sudah memanfaatkan fasilitas yang ditawarkan oleh Bandara Jenderal Ahmad Yani Semarang selama enam bulan terakhir.

3.1.2 Data dan Teknik Pemerolehannya

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini merupakan data primer, yaitu data yang diperoleh langsung oleh peneliti langsung dari pihak yang bersangkutan. Menurut Sugiyono, (2021) yang dimaksud data primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada

pengumpul data. Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan.

Menurut Nazir, (2009) teknik pengumpulan data merupakan prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan. Untuk memperoleh data yang relevan, pada penelitian ini peneliti menggunakan metode pengumpulan data dengan membagikan kuesioner secara online maupun offline yang penulis sajikan di halaman lampiran.

3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian

3.2.1 Lokasi Penelitian

PT Angkasa Pura I Cabang Bandara Jenderal Ahmad Yani Semarang yang berlokasi di Jalan Puad Ahmad Yani, Tambakharjo, Semarang Barat, Kota Semarang, Jawa Tengah, menjadi lokasi dilakukannya penelitian. Objek penelitian juga dilakukan di kawasan ini.

3.2.2 Waktu Penelitian

Periode waktu yang dicakup dalam penelitian ini adalah dari bulan Maret hingga Mei 2024.

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Solimun dkk., (2018), populasi terdiri dari seluruh objek individu atau unit sampel yang memiliki kualitas tertentu, tidak ambigu, dan komprehensif dalam batas-batas tertentu. Dalam penelitian ini, populasinya terdiri dari seluruh individu yang pernah menggunakan layanan Bandara Jenderal Ahmad Yani Semarang, beragama Islam, dan pernah memanfaatkan fasilitas Bandara Jenderal Ahmad Yani Semarang dalam enam bulan sebelumnya.

3.3.2 Sampel

Populasi diwakili oleh sampel, yaitu sebagian kecil dari keseluruhan jumlah dan karakteristik populasi. Karena sampel

merupakan suatu komponen unit yang mewakili populasi, maka tidak mungkin setiap hal yang menjadi bagian populasi dapat disebut sebagai sampel. Karena sifat keterwakilannya tersebut, maka diperlukan teknik pengambilan sampel Solimun dkk., (2018).

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini dikenal sebagai convenience sampling. Metode ini digunakan dalam keadaan dimana terdapat populasi yang sangat besar dan tidak memungkinkan untuk menguji komunitas praktis secara penuh karena sulitnya akses. Penelitian yang dilakukan pada *convenience sample* berdasarkan database yang tersedia dengan mudah dan hanya subjek yang memenuhi syarat untuk dimasukkan ke dalam database tersebut yang diteliti. Peneliti berpedoman dengan pendapat Andrade (2021), dengan mengambil sampel sebanyak 111. Oleh karena itu, untuk berpartisipasi dalam penelitian ini, setiap sampel harus memenuhi kriteria berikut:

1. Pelanggan jasa (penumpang) Bandara Jenderal Ahmad Yani Semarang yang beragama Islam.
2. Warga Negara Indonesia (WNI).
3. Menggunakan fasilitas bandara Jenderal Ahmad Yani Semarang dalam 6 bulan terakhir.

3.4. Definisi Operasional Variabel

Variabel-variabel dalam penelitian ini diklasifikasikan dalam dua jenis yaitu variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen). Variabel bebas terdiri dari kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan, tanggung jawab sedangkan variabel terikat terdiri dari puas terhadap layanan, puas terhadap jasa, puas terhadap perusahaan, puas terhadap keseluruhan. Untuk setiap jawaban atas masing-masing pertanyaan pada indikator sikap, perhatian, tindakan, kemampuan, penampilan dan tanggung jawab akan diberikan bobot (scoring), sebagai berikut : sangat tidak setuju bernilai 1,

tidak setuju bernilai 2, netral bernilai 3, setuju bernilai 4 dan sangat setuju bernilai 5.

3.4.1 Variabel Independen

Pelayanan prima (X) merupakan variabel independen yang diteliti dalam penelitian ini. Skala Likert dengan skor berkisar antara satu sampai lima merupakan skala yang digunakan untuk mengukur parameter pelayanan prima.

1. Kemampuan

Pengetahuan dan keterampilan tertentu yang mutlak diperlukan untuk menunjang program layanan prima yang dapat meliputi kemampuan dalam bidang kerja yang ditekuni untuk melaksanakan komunikasi yang efektif, mengembangkan motivasi, dan menggunakan *public relation*. Indikator kemampuan yang digunakan sebagai berikut :

- Kemampuan memberikan pelayanan sesuai dengan kompetensi.
- Kemampuan melakukan komunikasi yang efektif
- Kemampuan dalam *public relation* yang baik
- Dapat mengembangkan motivasi bersama rekan kerja

2. Sikap

Perilaku yang harus ditonjolkan ketika menghadapi pelanggan yang dapat disesuaikan dengan kondisi dan kemauan pelanggan. Indikator sikap yang digunakan sebagai berikut :

- Menangani masalah yang ada
- Memberikan rasa nyaman dan aman
- Bersikap ramah dan sopan

3. Penampilan

Kemampuan seseorang baik yang bersifat fisik maupun non fisik yang mampu merefleksikan kepercayaan deviden kredibilitas dari pihak lain. Indikator kemampuan yang digunakan sebagai berikut :

- Menggunakan aksesoris atau tanda kelengkapan dengan benar
- Berpenampilan rapi dan sopan
- Memberikan kenyamanan dan rasa percaya diri

4. Perhatian

Kepedulian penuh terhadap pelanggan baik yang berkaitan dengan perhatian kebutuhan dan keinginan pelanggan maupun keramahan atas saran dan kritikan seorang pelanggan. Indikator perhatian yang digunakan sebagai berikut :

- Memberikan perhatian atas kebutuhan dan keperluan pelanggan
- Meluangkan waktu menanggapi permintaan yang mendesak
- Membantu dalam permasalahan yang ada

5. Tindakan

Suatu perbuatan dalam berbagai kegiatan yang nyata yang harus dilakukan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Indikator tindakan yang digunakan sebagai berikut :

- Menegaskan kembali keinginan dan kebutuhan pelanggan
- Memberikan tindakan yang cepat dan tanggap kepada pelanggan
- Melaksanakan tindakan sesuai dengan prosedur yang ada

6. Tanggung Jawab

Sikap keberpihakan kepada pelanggan sebagai wujud kepedulian menghindarkan atau meminimalkan kerugian atau ketidakpuasan pelanggan. Indikator tanggung jawab yang digunakan sebagai berikut :

- Memberikan kemudahan prosedur pelayanan
- Memberikan layanan sesuai dengan waktu
- Memberikan rasa percaya dan menjamin keamanan

3.4.2 Variabel Dependen

Tingkat kepuasan yang dialami pelanggan (Y) menjadi variabel dependen dalam penelitian ini. Skala Likert dengan skor berkisar antara satu sampai lima merupakan skala yang digunakan untuk mengukur pelayanan prima.

1. Puas Terhadap Layanan
Memberikan pelayanan yang responsif.
2. Puas Terhadap Jasa
Kepuasan pelanggan atas jasa yang diberikan
3. Puas Terhadap Perusahaan
Menyediakan fasilitas yang nyaman untuk pelanggan
4. Puas Terhadap Keseluruhan
Memberikan fasilitas dan pelayanan yang baik untuk pelanggan

3.5 Instrumen Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2013) instrumen penelitian pada variabel fisik harus dijamin validitasnya melalui kegiatan kalibrasi. Sedangkan instrumen penelitian variabel laten bersifat faktual. Artinya digunakan untuk menilai suatu fenomena alam atau sosial yang diamati secara tegas dalam bentuk angket dan valid.

Untuk keperluan penyelidikan ini, instrumennya berbentuk kuesioner. Ini terdiri dari sejumlah pertanyaan, yang masing-masing dirancang untuk memperoleh tanggapan dari subjek yang dipilih oleh peneliti. Pertanyaan-pertanyaan tersebut kemudian diperluas menjadi item-item pertanyaan berdasarkan landasan teori penelitian. Penelitian ini menggunakan grid berikut untuk kuesionernya:

Tabel 3. 1 Kisi – Kisi Angket Penelitian

Variabel Penelitian	Indikator	Sub-Indikator	No Item Instrumen
Variabel X Pelayanan Prima (Barata, 2004)	<i>Ability</i> (Kemampuan)	Kemampuan memberikan pelayanan sesuai dengan kompetensi	1
		Kemampuan melakukan komunikasi yang efektif	2
		Kemampuan dalam <i>public relation</i> yang baik	3
		Dapat mengembangkan motivasi bersama rekan kerja	4
	<i>Attitude</i> (Sikap)	Menangani masalah yang ada	5
		Memberikan rasa nyaman dan aman.	6
		Bersikap ramah dan sopan	7,8
	<i>Appearance</i> (penampilan)	Menggunakan aksesoris atau tanda kelengkapan dengan benar	9

	Berpenampilan rapi dan sopan	10
	Memberikan kenyamanan dan rasa percaya diri	11
<i>Attention</i> (Perhatian)	Memberikan perhatian atas kebutuhan dan keperluan.	12,13, 14
	Meluangkan waktu menanggapi permintaan yang mendesak	14
	Membantu dalam permasalahan yang ada	15
<i>Action</i> (Tindakan)	Menegaskan kembali keinginan dan kebutuhan pelanggan	16, 17
	Memberikan tindakan yang cepat dan tanggap kepada pelanggan	18, 19
	Melaksanaakan tindakan sesuai dengan prosedur yang ada	20
<i>Accountability</i> (Tanggung Jawab)	Memberikan kemudahan prosedur pelayanan	21, 22
	Memberikan layanan	23

		sesuai dengan waktu	
		Memberikan rasa percaya dan menjamin keamanan	24
Variabel Y Kepuasan Pelanggan	Puas Terhadap Layanan	Memberikan pelayanan yang responsif	1,2,3,4
	Puas Terhadap jasa	Kepuasan pelanggan atas jasa yang diberikan	5,6,7,8
	Puas Terhadap Perusahaan	Menyediakan fasilitas yang nyaman untuk pelanggan	9,10,11,12
	Puas Terhadap Keseluruhan	Memberikan fasilitas dan pelayanan yang baik untuk pelanggan	13,14,15,16

3.6 Skala Pengukuran

Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai metode pengumpulan datanya. Kuesioner disebarikan kepada responden baik secara langsung maupun tidak langsung melalui penggunaan Google Form. Kemudian kuesioner yang valid dan dapat dipercaya digunakan untuk penelitian, namun kuesioner yang tidak valid dan tidak reliabel tidak digunakan untuk penelitian.

Peneliti menggunakan metode pengumpulan data yang terdiri dari memberikan serangkaian pertanyaan kepada responden dan memberikan skor untuk setiap topik. Pertanyaannya adalah tentang dampak memberikan

layanan yang luar biasa terhadap tingkat kepuasan yang dialami pelanggan. Kuesioner yang diberikan berbentuk pernyataan terstruktur, berupa pertanyaan yang harus dijawab oleh responden dengan menggunakan skala likert. Skala yang dimaksud adalah skala pelayanan prima dan skala kepuasan pelanggan yang terdiri dari beberapa item dengan lima jawaban berbeda, yaitu sebagai berikut:

Tabel 3. 2 Skor Pengikat Menggunakan Skala Likert

Jawaban	Alternatif	Skor
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
N	Netral	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

Dengan bantuan skala likert, variabel-variabel yang akan diukur digambarkan dalam bentuk variabel. Informasi bahwa item-item instrumen diukur dengan pernyataan afirmatif disajikan pada tabel 4 yang dapat dilihat di atas. Setiap jawaban responden akan diberi nilai atau skor untuk kepentingan analisis kuantitatif, dan nilai atau skor tersebut selanjutnya akan ditafsirkan secara kualitatif.

Berikut dijelaskan nilai kualitatif dari skor jawaban responden terhadap item-item pernyataan variabel, yaitu :

1. Skor satu untuk “Sangat Tidak Setuju (STS)”, yang menunjukkan bahwa setiap responden memberikan jawaban sangat serius atas ketidaksetujuannya terhadap pernyataan dari item-item variabel.
2. Skor 2 “Tidak Setuju (TS)”, artinya setiap responden memberikan tanggapan yang serius terhadap ketidaksetujuannya pada suatu pernyataan dari item-item variabel.

3. Skor 3 “Netral (N)”, artinya setiap responden memberikan tanggapan yang netral terhadap suatu pernyataan dari item-item variabel.
4. Skor 4 “Setuju (S)”, artinya setiap responden membbberikan tanggapan yang serius terhadap persetujuannya pada suatu item-item variabel.
5. Skor 5 “Sangat Setuju (SS)”, artinya responden memberikan tanggapan yang sangat serius terhadap persetujuannya pada item-item variabel.

Untuk keperluan penyelidikan ini, tahapan berikut merupakan teknik pengolahan data yang digunakan:

- a. *Editing*, Langkah pertama adalah editing, yaitu proses memperbaiki ketidakakuratan data. Langkah ini harus dilakukan berkali-kali dan dengan sangat hati-hati.
- b. *Coding*, yang mengacu pada proses mengklasifikasikan data menurut kategori tertentu dan memberikan kode tertentu pada setiap kelompok.
- c. *Tabulating*, yaitu proses penyusunan data yang disusun menurut berbagai jenis data dan penghitungan data yang ditampilkan dalam format tabel.

Analisis data merupakan tahap selanjutnya yang dilakukan setelah pengolahan data. Di antara metode statistik yang digunakan untuk analisis data adalah sebagai berikut:

1. Dalam bidang penelitian, analisis kuantitatif mengacu pada proses pemahaman data berupa angka-angka yang diterima dari berbagai sumber data.
2. Proses pengujian hipotesis yang digunakan dalam penelitian untuk menentukan benar atau tidaknya teori tersebut.

3.7 Uji Coba Instrumen Penelitian

3.7.1 Uji Validitas

Dalam konteks instrumen penelitian, uji validitas adalah tes yang dirancang untuk menguji pengukuran yang memberikan bukti validitas instrumen. Menurut penelitian Rianto & Hatmawan, (2020), suatu instrumen dianggap valid jika mampu mengukur hal yang ingin

diukur. Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen (Suharsimi & Arikunto, 2006). Uji validitas terhadap instrumen dimaksudkan untuk mengetahui apakah instrumen dapat mengungkapkan data yang diteliti secara tepat yang diuji cobakan terhadap 36 orang. Pada uji coba penelitian ini menggunakan angket yang terdiri dari 40 soal, dengan rincian 24 soal untuk pengaruh pelayanan prima dan 16 soal untuk mengukur kepuasan pelanggan.

Saat melakukan pengujian validitas, penting untuk menghubungkan skor setiap item indikator dengan skor konstruk secara keseluruhan. Untuk keperluan uji validitas, r tabel dan nilai r turunannya dijadikan sebagai pedoman. Nilai r tabel dapat diketahui dengan menghitung nilai derajat kebebasan (df), dimana df sama dengan n-2 (di mana n adalah jumlah responden survei). Dengan adanya *corrected* item total *correlation* maka dimungkinkan untuk menentukan nilai r yang dihitung. Tingkat signifikansi yang digunakan sebesar 0,05.

Berikut kriteria yang akan dievaluasi:

1. Hipotesis nol terdukung apabila nilai estimasi r lebih besar dari nilai r tabel (alat ukur yang digunakan valid atau valid).
2. Hipotesis nol (H0) ditolak jika r statistik lebih kecil atau sama dengan r tabel, yang menunjukkan bahwa alat ukur yang digunakan tidak valid atau valid.

Rumus korelasi product moment atau yang kadang disebut dengan korelasi Pearson dapat digunakan untuk menghitung uji validitas suatu instrumen.

Untuk rumus:

$$r = \frac{N(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N\sum X^2 - (\sum X)^2\}\{N\sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan :

- r_{xy} = koefisien korelasi
- X = skor butir
- Y = skor total yang diperoleh
- N = jumlah responden
- $\sum X^2$ = jumlah kuadrat nilai X
- $\sum Y^2$ = jumlah kuadrat nilai Y

Nilai r tabel diterapkan taraf signifikansi sebesar 5% dan hasil perhitungan rxy atau rhitung dibandingkan dengan nilai tersebut. Barang dianggap sah apabila harga yang dihitung lebih tinggi dari harga yang tercantum pada tabel.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas adalah suatu metode untuk menentukan apakah responden stabil atau konsisten dalam menjawab pertanyaan yang diajukan dalam bentuk kuesioner, meskipun perubahan dapat terjadi seiring berjalannya waktu. Ketika mengacu pada suatu alat ukur, istilah "keandalan" mengacu pada kemampuan instrumen tersebut untuk mengukur secara akurat apa yang ingin diukur. Artinya instrumen tersebut akan secara konsisten memberikan hasil yang sama setiap kali digunakan. Menurut penelitian Rianto & Hatmawan, (2020), uji reliabilitas terhadap instrumen penelitian khususnya kuesioner perlu dilakukan untuk memastikan kesimpulan penelitian memiliki kualitas yang baik.

Pengujian eksternal atau internal dapat dilakukan untuk mengetahui keandalan suatu sistem. Secara internal, uji reliabilitas instrumen dapat diuji dengan menganalisis konsistensi butir-butir instrumen dengan menggunakan metodologi tertentu. Sebaliknya, pengujian dapat dilakukan secara eksternal dengan menggunakan tes-tes ulang (stabilitas), ekuivalen, atau kombinasi kedua metode

tersebut. Untuk keperluan uji reliabilitas digunakan uji Cronbach Alpha (α) dalam bentuk instrumen yang dapat berupa angket, angket, atau penilaian. Menurut (Syamsuryadin & Wahyuniati, 2017) tes ini dilakukan terhadap instrumen yang mempunyai lebih dari satu jawaban yang dapat ditafsirkan secara akurat.

Untuk menghitung koefisien reliabilitas Cronbach Alpha (α), rumusnya adalah sebagai berikut:

$$r_{11} = \frac{k}{k - 1} \times \left\{ 1 - \frac{\sum S_i}{S_t} \right\}$$

Keterangan

r_{11} = nilai reliabilitas

$\sum S_i$ = jumlah varian skor tiap item

S_t = varian total

t = jumlah item

3.8 Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data yang disebut analisis regresi linier untuk mengetahui peran bersama antara variabel independen dan variabel dependen. Dalam proses penyelidikan ini, proses analisis data dilakukan dengan bantuan aplikasi SPSS 27.0 for Windows.

3.8.1 Uji Asumsi Klasik

3.8.1.1 Uji Normalitas

Untuk mengetahui apakah seluruh variabel dalam data penelitian mengikuti distribusi normal maka dilakukan Uji Normalitas. Uji distribusi normal, disebut juga uji statistik inferensial, adalah sesuatu yang dapat dilakukan untuk menentukan apakah data kita mengikuti distribusi normal atau tidak, sehingga sesuai untuk digunakan dalam statistik parametrik. Menurut (Artha & Satria Intan, 2021) tujuan uji normalitas adalah

untuk mengetahui apakah karakteristik faktor perancu atau variabel residu dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak.

Cara yang dapat digunakan untuk menguji apakah variabel pengganggu residual memiliki distribusi normal adalah dengan menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov* terhadap model yang diuji. Uji normalitas juga dapat dilakukan dengan melakukan analisis pada grafik normal *probability plot* dan grafik histogram. Dasar pengambilan Keputusan dalam uji normalitas menurut (Ghozali, 2011) sebagai berikut :

- a. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pada distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas
- b. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

3.8.1.2 Uji Linearitas

Tujuan uji linearitas adalah untuk mengetahui bagaimana hubungan variabel independen dengan dependen satu sama lain apakah linear atau tidak. Pada umumnya uji linearitas digunakan sebagai persyaratan analisis data penelitian akan analisis menggunakan regresi linear sederhana maupun berganda. Uji linearitas digunakan untuk mengetahui apakah hubungan antara variabel-variabel bebas dan terikat penelitian tersebut terletak pada satu garis lurus atau tidak. Linearitas data biasanya akan membangun korelasi maupun regresi linear dengan asumsi variabel-variabel penelitian yang akan dianalisis terverifikasi linear (Widana & Muliani, 2020).

3.9 Uji Hipotesis

3.9.1 Analisis Regresi Sederhana

Analisis regresi sederhana digunakan untuk memprediksi atau menguji dari pengaruh variabel bebas (*independent*) terhadap variabel terikat (*dependent*).

Regresi sederhana merupakan analisis yang terdiri hanya dari dua variabel saja yaitu variabel bebas dan variabel terikat (Sahir, 2021). Regresi sederhana dapat dijabarkan sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan : Y = Variabel dependen

X = Variabel independen

a = konstanta (apabila nilai X sebesar 0, maka Y akan sebesar a atau konstanta)

b = koefisien regresi (nilai peningkatan atau penurunan)

Besarnya konstanta a dan b dapat ditentukan menggunakan persamaan :

$$a = \frac{(\sum Y_i)(\sum X_i^2) - (\sum X_i)(\sum X_i Y_i)}{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2}$$
$$b = \frac{n (\sum X_i Y_i) - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2}$$

Keterangan : n = jumlah data

Dasar pengambilan Keputusan dalam uji regresi linear sederhana dapat mengacu pada dua hal, yakni membandingkan nilai signifikansi dengan nilai probabilitas

1. Jika nilai signifikansi $<0,05$, artinya variabel X berpengaruh terhadap variabel Y.
2. Jika nilai signifikansi $>0,05$, artinya variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y.

3.9.2 Uji t

Tujuan Uji t adalah untuk menentukan apakah pelayanan yang yang baik mempunyai dampak menguntungkan terhadap kepuasan pelanggan, uji t digunakan dalam penyelidikan ini untuk menentukan signifikansi hubungan antara Pelayanan yang prima (x) dan kepuasan pelanggan (Y). Uji t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat.

Untuk menguji hipotesis dilakukan perbandingan antara thitung dan ttabel. Rumus menentukan nilai ttabel (Raharjo, 2018) :

$$T_{\text{tabel}} = t (\alpha/2 ; n-k-1)$$

Keterangan :

α = signifikansi

n = jumlah variabel X

k = jumlah sampel/responden

Pada uji t parsial, berikut contoh bagaimana dasar pengambilan keputusan dapat diselesaikan:

1. Sesuai dengan nilai thitung dan ttabel
 - a. Jika nilai thitung dan ttabel menunjukkan bahwa variabel bebas mempunyai pengaruh terhadap variabel yang diteliti (variabel terikat).
 - b. Namun jika nilai thitung lebih kecil dari ttabel berarti variabel independen tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen.
2. Dengan mempertimbangkan nilai signifikan dari hasil yang diperoleh dari SPSS Versi 27

- a. Selanjutnya jika nilai signya kurang dari 0,05 maka menunjukkan bahwa variabel independen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Jika nilai sig lebih besar dari 0,05 maka menunjukkan bahwa variabel independen tidak mempunyai pengaruh yang besar terhadap variabel yang diteliti.

3.9.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemanapun model regresi dalam menerangkan variabel dependen (Ghozali, 2006). Secara sederhana, koefisien determinasi (R^2) merupakan ukuran yang menentukan seberapa baik model dapat menjelaskan variasi variabel yang diteliti (variabel terikat). Dalam rentang 0 sampai 1 ditemukan nilai koefisien determinasi. Nilai R^2 yang rendah menunjukkan bahwa potensi variabel independen dalam menjelaskan fluktuasi variabel dependen cukup terbatas.

Sifat independen dari variabel-variabel tersebut ditunjukkan dengan hampir seluruh informasi yang diperlukan untuk meramalkan variasi dependen dimasukkan dalam angka yang relatif mendekati satu (satu). Regresi lanceng, juga dikenal sebagai regresi palsu, merupakan masalah yang harus dipertimbangkan.

Salah satu faktor yang harus diperhatikan dalam memilih model yang tepat adalah koefisien determinasi. Pasalnya, jika estimasi regresi linier menghasilkan koefisien determinasi yang tinggi, namun tidak memberikan hasil yang konsisten dengan teori ekonomi yang dipilih peneliti, atau tidak lolos uji asumsi klasik, maka model tersebut bukanlah model estimasi yang baik dan sebaiknya tidak dipilih sebagai model empiris.

Salah satu kelemahan paling signifikan dalam penggunaan koefisien determinasi R^2 adalah kecenderungannya menjadi bias terhadap jumlah variabel independen dalam model. Kenaikan nilai R^2

dijamin akan terjadi setiap kali ada variabel independen yang dimasukkan dalam analisis, terlepas dari apakah variabel yang bersangkutan berpengaruh signifikan atau tidak terhadap variabel yang diteliti. Mengingat hal ini, banyak ahli yang menganjurkan penggunaan nilai R^2 yang disesuaikan ketika menentukan model regresi mana yang paling efektif. Untuk keperluan penelitian ini, peneliti menggunakan R^2 yang dimodifikasi untuk memastikan tidak ada bias dalam pengukuran sejauh mana model mampu menjelaskan variabel dependen. Nilai R^2 yang disesuaikan mungkin saja negatif, padahal hasil yang diinginkan adalah angka positif. Dalam hal nilai R^2 yang disesuaikan pada pengujian empiris ternyata negatif, maka nilai R^2 yang disesuaikan dianggap sama dengan nol. Secara matematika, $R^2 = 1$, sedangkan jika nilai $R^2 = 0$, maka $adjusted R^2 = (1-k)/(n-k)$. jika nilai $k >$ maka $adjusted R^2$ akan bernilai negatif.

BAB IV

PT ANGKASA PURA I CABANG BANDARA JENDERAL AHMAD YANI

4.1 Sejarah Singkat PT. Angkasa Pura I Cabang Bandara Jenderal

4.1.1 Ahmad Yani Semarang

Kota Semarang yang terletak di Jawa Tengah, Indonesia, merupakan tempat bagi Bandara Jenderal Ahmad Yani yang merupakan sebuah bandar udara. Salah satu Pahlawan Revolusi Indonesia, Jenderal TNI (Anumentra) Ahmad Yani merasa terhormat dengan penamaan bandara ini yang mengambil namanya dari namanya. Pada mulanya Bandara Jenderal Ahmad Yani merupakan fasilitas udara TNI Angkatan Darat. Dulunya dikenal sebagai fasilitas Kalibanteng Army Air. Status Pangkalan Udara AD diubah menjadi Pangkalan Udara Gabungan Kalibanteng Semarang berdasarkan Surat Keputusan Bersama yang dikeluarkan pada tanggal 31 Agustus 1995 oleh Panglima TNI, Menteri Perhubungan, dan Menteri Angkatan Darat. . Meski demikian, pada tanggal 1 Oktober 1995, Bandara Ahmad Yani di Semarang menjadi salah satu bandara yang berada di bawah yurisdiksi PT Angkasa Pura. Hal ini disebabkan oleh peningkatan frekuensi penerbangan sipil. Menyusul dibukanya rute Semarang-Singapura oleh Garuda Indonesia pada tahun 2004, Bandara Ahmad Yani diubah menjadi bandara. Lalu, setelah itu

- a. **10 Agustus 2004** Pelayanan Angkutan Udara ke atau dari Luar Negeri melalui Bandar Udara Ahmad Yani Semarang berdasarkan Surat Keputusan Menteri Perhubungan Nomor KM 64 Tahun 2004.
- b. **17 Juni 2014** Ground breaking Proyek Pengembangan Bandara Ahmad Yani Semarang yang dihadiri oleh Gubernur Jawa Tengah dan Direktur Utama AP 1.
- c. **7 Juni 2018** Peresmian Pengoperasian Terminal Penumpang Baru Bandara Ahmad Yani Semarang oleh Presiden Republik Indonesia, Bapak Joko Widodo.

- d. **23 Januari 2019** Peresmian Pengoperasian Terminal Kargo Baru Bandara Jenderal Ahmad Yani Semarang.
- e. **1 Oktober 1995** Pengoperasian Bandar Udara Ahmad Yani Semarang oleh PT Angkasa Pura I (Persero) berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 38 Tahun 1995.
- f. **31 Agustus 2004** Pelayanan Angkutan Udara ke atau dari Luar Negeri melalui Bandar Udara Ahmad Yani Semarang diresmikan oleh Gubernur Jawa Tengah.
- g. **11 Februari 2018** Topping Off Ceremony Terminal Baru Bandara Ahmad Yani Semarang yang dihadiri oleh Menteri Perhubungan RI, Menteri BUMN RI, Gubernur Jawa Tengah, Direktur Utama AP 1, dan Direktur Operasi Waskita Karya.
- h. **26 Juni 2018** Penyempurnaan nama menjadi Bandara Jenderal Ahmad Yani Semarang berdasarkan Keputusan Menteri Perhubungan Nomor : KP. 974 tanggal 26 Juni 2018.
- i. **21 Oktober 2019** Peresmian Grha & Patung Jenderal Ahmad Yani dan Launching Multi Sensory & Special Needs Services Holding Room

4.1.2 Visi, Misi, dan Nilai PT. Angkasa Pura I

1. Visi Perusahaan

Menjadi pernghubung Dunia yang lebih dari sekedar operator Bandar Udara dengan keunggulan layanan yang menampilkan keramahaman khas Indonesia

2. Misi Perusahaan

- a. Memberikan layanan berskala global dalam standar keselamatan, keamanan, dan kenyamanan terbaik.
- b. Meningkatkan nilai pemangku kepentingan.
- c. Menjadi mitra pemerintah dan penggerak pertumbuhan ekonomi.
- d. Meningkatkan daya saing perusahaan melalui kreativitas dan inovasi;

- e. Memberikan kinerja pelayanan bandar udara yang prima dalam memenuhi harapan stakeholder melalui pengelolaan sumber daya manusia yang unggul.
- f. Memberikan kontribusi positif pada kelestarian lingkungan.

3. Nilai

- a. Amanah, Memegang teguh kepercayaan yang diberikan.
- b. Kompeten, Terus belajar dan mengembangkan kapabilitas.
- c. Harmonis, Saling peduli dan menghargai perbedaan.
- d. Loyal, Berdedikasi dan mengutamakan kepentingan Bangsa dan Negara.
- e. Adaptif, Terus berinovasi dan antusias dalam menggerakkan ataupun menghadapi perubahan.
- f. Kolaboratif, Membangun kerja sama yang sinergis.

4.2 Logo PT. Angkasa Pura I



Gambar 4. 1 Logo PT Angkasa Pura I

Makna di balik logo PT Angkasa Pura I yang menjadi identitas baru perseroan dan keempat anak perusahaannya. Perusahaan-perusahaan ini terlibat dalam berbagai kegiatan, antara lain termasuk layanan hotel, logistik, dukungan bandara, dan pengangkutan. Berdasarkan gagasan kemuliaan pelayanan, filosofi logo baru ini mencakup makna memberikan layanan yang manusiawi dan modern. Tanda tersebut menggambarkan karakter strategis dan kreatif manajemen bisnis dengan memupuk keharmonisan tidak hanya dalam budaya internal perusahaan tetapi juga

dengan mitra bisnis dan pelanggan. Hal ini dicapai dengan mengedepankan kenyamanan, etika, dan estetika dalam semua interaksi.

- Warna Hijau : memberi makna bagi bisnis yang membumi, berakar, tumbuh dan lestari.
- Warna Biru : melambangkan langit atau angkasa.

Kedua warna ini dilengkapi dengan simbol yang melambangkan “*give and take*” yang merupakan prinsip kemuliaan pelayanan dan profesionalisme, serta kebersamaan yang merupakan konsep “*together stronger*”.

Lambanganya adalah “senyuman” yang melambangkan kepuasan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang sopan dan penuh perhatian terhadap kebutuhan pelanggannya. Selain itu, tanda ini melambangkan interlocking, yang merupakan cerminan dari “*safety and security concept*” yang merupakan komponen terpenting di bandara. Komitmen dan semangat transformasi yang diupayakan demi kemajuan organisasi tercermin dalam penggunaan lambang dengan sudut aerodinamis.

4.3 Logo Bandara Jenderal Ahmad Yani Semarang

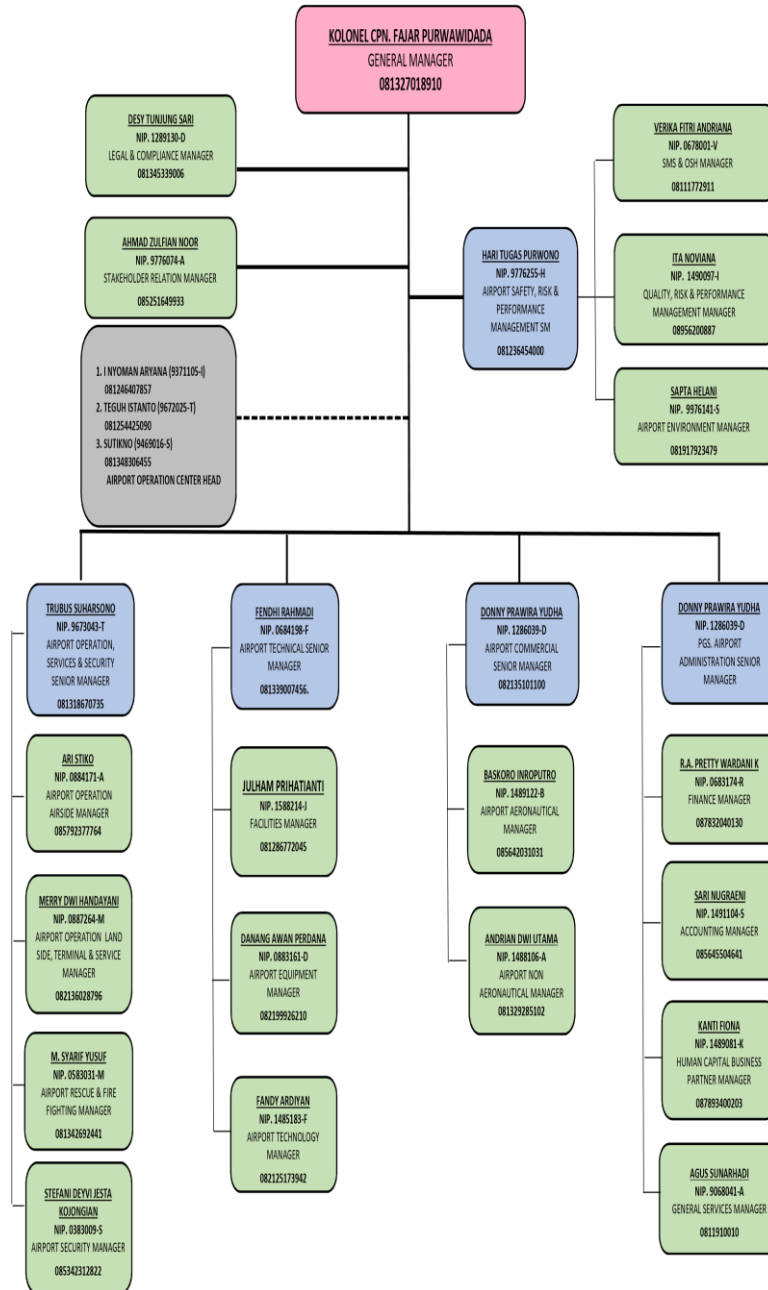


Gambar 4. 2 Bandara Jenderal Ahmad Yani Semarang

Perlu diketahui bahwa logo Bandara Jenderal Ahmad Yani Semarang identik dengan tanda PT Angkasa Pura I baik dari segi skema warna maupun maknanya. Bandara Internasional ditulis dengan warna hijau pada logo Bandara Jenderal Ahmad Yani Semarang, sedangkan Jenderal Ahmad Yani ditulis dengan warna biru pada logo tersebut. Pasalnya, PT Angkasa Pura I bertanggung jawab mengelola sejumlah bandara, termasuk Bandara Jenderal Ahmad Yani.

Struktur Organisasi

STRUKTUR ORGANISASI KANTOR CABANG PT ANGKASA PURA I BANDAR UDARA JENDERAL AHMAD YANI – SEMARANG



Gambar 4. 3 Struktur Organisasi

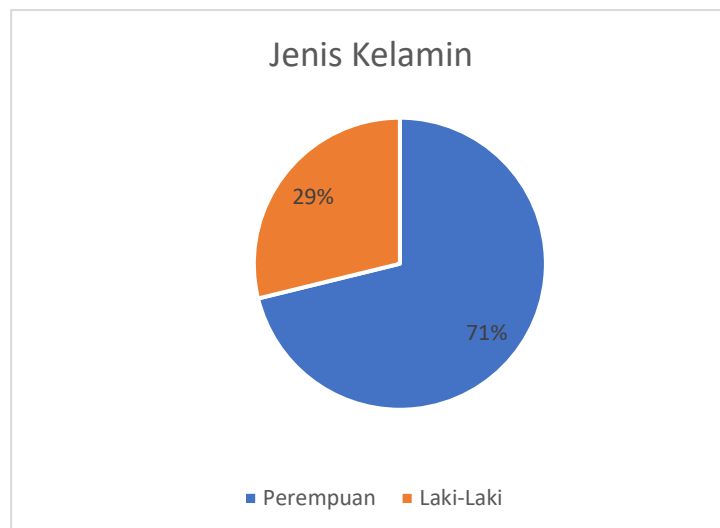
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1. Karakteristik Responden

Dalam penelitian khusus ini, ada 111 orang yang berpartisipasi sebagai responden. Pengguna jasa (penumpang) Bandara Jenderal Ahmad Yani Semarang baik pria maupun wanita yang beragama Islam dan pernah memanfaatkan fasilitas ibadah mu slim di Bandara Jenderal Ahmad Yani Semarang dalam enam bulan terakhir berhak mengisi kuesioner. Responden yang berhak mengisi kuesioner adalah pengguna jasa baik laki-laki maupun perempuan. Jenis kelamin, usia, dan pendapatan merupakan beberapa karakteristik responden yang digunakan dalam penelitian ilmiah ini.

5.1.1. Berdasarkan Jenis Kelamin

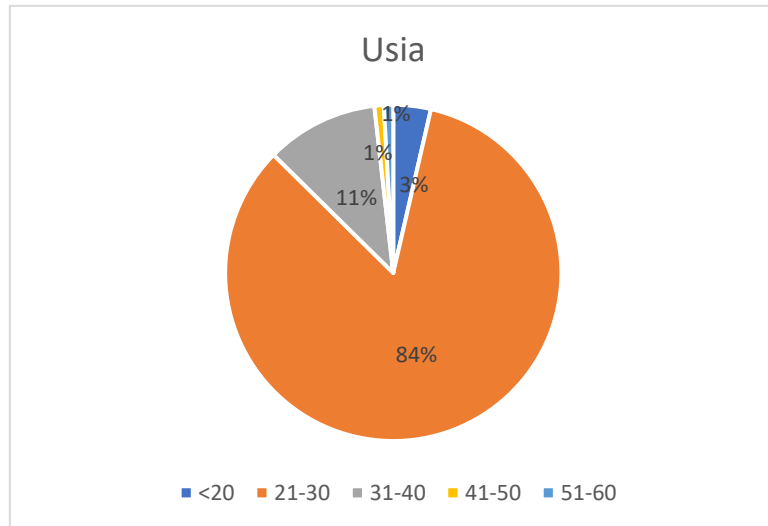
Tabel 5. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



Sumber : Data Primer Diolah (2024)

5.1.2. Berdasarkan Usia

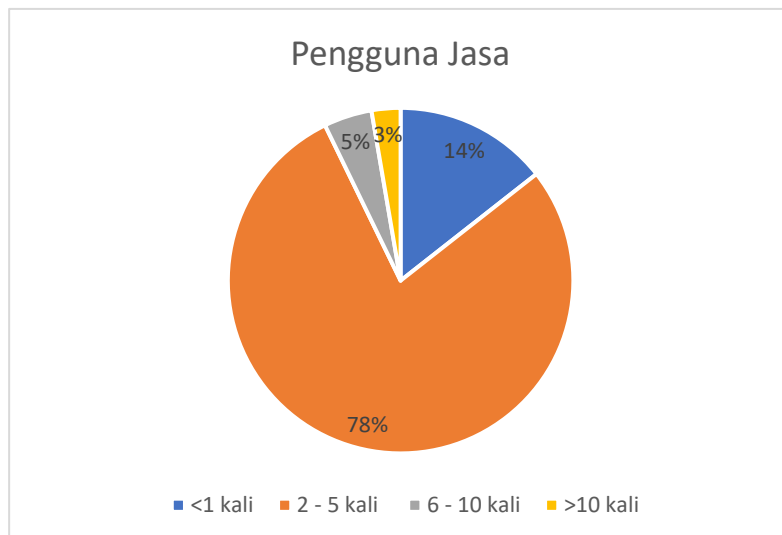
Tabel 5. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia



Sumber : Data Primer Diolah (2024)

5.1.3. Berdasarkan Penggunaan Jasa

Tabel 5. 3 Karakteristik Berdasarkan Penggunaan Jasa



Sumber : Data Primer Diolah (2024)

5.2. Deskripsi Data Penelitian

5.2.1. Uji Validitas

Tabel 5. 4 Uji Validitas

Variabel	Item	R hitung	Signifikansi	Keterangan
Pelayanan Prima (X)	X1	0,796	0,329	Valid
	X2	0,826	0,329	Valid
	X3	0,833	0,329	Valid
	X4	0,890	0,329	Valid
	X5	0,880	0,329	Valid
	X6	0,746	0,329	Valid
	X7	0,869	0,329	Valid
	X8	0,837	0,329	Valid
	X9	0,843	0,329	Valid
	X10	0,844	0,329	Valid
	X11	0,812	0,329	Valid
	X12	0,889	0,329	Valid
	X13	0,584	0,329	Valid
	X14	0,552	0,329	Valid
	X15	0,706	0,329	Valid
	X16	0,869	0,329	Valid
	X17	0,812	0,329	Valid
	X18	0,647	0,329	Valid
	X19	0,933	0,329	Valid
	X20	0,900	0,329	Valid
	X21	0,858	0,329	Valid
	X22	0,439	0,329	Valid
	X23	0,429	0,329	Valid
	X24	0,591	0,329	Valid

Kepuasan Pelanggan (Y)	Y1	0,807	0,329	Valid
	Y2	0,850	0,329	Valid
	Y3	0,836	0,329	Valid
	Y4	0,827	0,329	Valid
	Y5	0,806	0,329	Valid
	Y6	0,588	0,329	Valid
	Y7	0,856	0,329	Valid
	Y8	0,879	0,329	Valid
	Y9	0,866	0,329	Valid
	Y10	0,915	0,329	Valid
	Y11	0,886	0,329	Valid
	Y12	0,853	0,329	Valid
	Y13	0,927	0,329	Valid
	Y14	0,911	0,329	Valid
	Y15	0,866	0,329	Valid
	Y16	0,843	0,329	Valid

Sumber : Data Primer Diolah (2024)

Valid atau tidaknya suatu instrumen dapat diketahui dengan membandingkan hasil perhitungan r dengan r tabel. Misalnya responden berjumlah 36 orang dan tingkat signifikansi 5% maka nilai r tabelnya sebesar 0,329. Hal ini ditunjukkan pada Tabel 5.4. Tabel distribusi nilai r memberikan dasar untuk hal ini. Dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan valid jika R hitung lebih besar dari R tabel.

5.2.2. Uji Reliabilitas

Tabel 5. 5 Uji Reliabilitas

Indikator Variabel	<i>Alpha Cronbach</i>	Keterangan
Pelayanan Prima (X)	0,969	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,972	Reliabel

sumber : Data Primer Diolah (2024)

Berdasarkan informasi yang disajikan pada Tabel 5.5, maka dapat disimpulkan bahwa instrumen dikatakan reliabel jika nilai Cronbach's Alpha sama dengan atau lebih tinggi dari 0,60. Dengan memperhatikan informasi yang tersaji pada tabel di atas, diketahui bahwa nilai Cronbach's Alpha baik variabel bebas maupun variabel terikat lebih besar dari 0,60 yakni sebesar 0,969 untuk variabel Pelayanan Prima dan 0,972 untuk variabel Kepuasan Pelanggan. Hasilnya, dapat disimpulkan bahwa variabel tersebut dianggap andal, dan analisis tambahan dapat dilakukan.

5.2.3. Uji Asusmsi Klasik

5.2.3.1. Uji Normalitas

Tujuan uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah data yang dikumpulkan untuk penelitian dianggap berdistribusi normal atau tidak. Dengan modus, mean, dan median yang semuanya terletak di tengah-tengah distribusi, maka distribusi normal merupakan distribusi simetris. Untuk mengetahui berdistribusi normal atau tidaknya data pada penelitian ini dilakukan uji Kolmogorov-Smirnov dengan menggunakan program SPSS 27 for Windows. Temuan uji normalitas yang dilakukan peneliti disajikan pada tabel berikut.

Tabel 5. 6 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
		Unstandardized Residual	
N		111	
Normal Parameter ^{a,b}	Mean	0,0000000	
	Std. Deviation	4,95119723	
Most Extreme Differences	Absolute	0,037	
	Positive	0,033	
	Negative	-0,037	
Test Statistic		0,037	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.		0,977
	99% Confidence Interval	Lower Bound	0,973
		Upper Bound	0,981
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			
d. This is a lower bound of the true significance.			
e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting			

Sumber : Data Primer Diolah (2024)

Dalam proses mengidentifikasi apakah suatu data mengikuti distribusi normal atau tidak, nilai signifikansi dapat digunakan untuk melakukan penentuan tersebut. Jika nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05 maka data dianggap berdistribusi teratur. Sebaliknya jika nilai signifikansinya kurang dari 0,05 maka dapat dikatakan data tersebut tidak mengikuti distribusi normal. Asumsi normalitas dapat dilihat dengan menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov berdasarkan tabel 5.6. Dengan nilai sig lebih besar dari 0,05 yaitu 0,977 maka data dapat dinyatakan berdistribusi teratur dan memenuhi asumsi normalitas.

5.2.3.2. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel atau lebih yang diuji mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Dalam menentukan hubungan antar variabel bersifat linear atau tidak, dapat dilihat melalui nilai signifikansi pada baris *Deviation from Linearity*. Ketentuan yang digunakan yaitu jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka hubungan antar dua variabel bersifat linear. Sebaliknya, jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka hubungan antar dua variabel bersifat non linear. Berikut tabel hasil uji linearitas pada masing-masing variabel.

Tabel 5. 7 Hasil Uji Linearitas

			ANOVA Table				
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Pelanggan * Pelayanan Prima	Between Groups	(Combined)	6636,517	37	179,365	6,822	0,000
		Linearity	5859,169	1	5859,169	222,860	0,000
		Deviation from Linearity	777,348	36	21,593	0,821	0,739
	Within Groups		1919,231	73	26,291		
	Total		8555,748	110			

Sumber : Hasil olah data primer (2024)

Berdasarkan hasil uji linieritas di atas, dapat dilihat bahwa nilai signifikansi pada baris *Deviation from Linearity* sebesar 0,739. Nilai $0,739 > 0,05$, yang artinya pelayanan prima memiliki hubungan yang linear terhadap kepuasan pelanggan.

5.3. Hasil Pengujian Hipotesis

5.3.1. Uji Regresi Linear Sederhana

Tabel 5. 8 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1,949	4,214		-0,463	0,645
	Pelayanan Prima	0,682	0,044	0,828	15,390	0,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Hasil olah data primer (2024)

Berdasarkan tabel uji regresi linear sederhana yang telah disajikan, diperoleh nilai Constant sebesar -1,949 sedangkan nilai koefisien regresi (b) sebesar 0,682. Persamaan regresi sederhana dapat ditulis :

$$Y = a + bX$$

$$Y = -1,949 + 0,682X$$

$$\text{Kepuasan Pelanggan} = -1,949 + 0,628 \text{ Pelayanan Prima}$$

Persamaan tersebut dapat diterjemahkan :

1. Konstanta a sebesar -1,949, angka ini merupakan angka konstan yang mempunyai arti jika tidak ada pelayanan prima maka nilai kepuasan pelanggan sebesar -1,949
2. Konstanta b merupakan angka koefisien regresi. Nilainya sebesar 0,628, angka ini mengandung arti bahwa setiap penambahan 1 pelayanan prima, maka kepuasan pelanggan akan meningkat 0,628
3. Persamaan ini variabel pelayanan prima berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan pelanggan sebesar 0,628

5.3.2. Uji t

Tabel 5. 9 Hasil Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1,949	4,214		-0,463	0,645
	Pelayanan Prima	0,682	0,044	0,828	15,390	0,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Hasil olah data primer (2024)

Berdasarkan tabel uji t yang telah disajikan sebelumnya, nilai t yang dihasilkan dijadikan sebagai acuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Rumus berikut dapat digunakan untuk menentukan nilai t tabel dengan tingkat signifikansi 0,05 yang dapat dilihat pada tabel statistik:

$$\begin{aligned}
 t_{\text{tabel}} &= (\alpha/2 ; n-k-1) \\
 &= (0,05/2 ; 111-1-1) \\
 &= (0,025 ; 109) \\
 &= 1,981
 \end{aligned}$$

Berdasarkan tabel yang telah disajikan sebelumnya, dapat dikatakan bahwa variabel kepuasan pelanggan secara parsial dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan. Dari hasil uji t terlihat nilai thitung sebesar 15,390 lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1,981. Selanjutnya, tingkat signifikansinya adalah 0,000, kurang dari ambang batas 0,05. Oleh karena itu hipotesis nol (H0) ditolak dan hipotesis alternatif (Ha) diterima. Kenyataan tersebut menunjukkan bahwa variabel pelayanan prima berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan.

5.3.3. Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 5.10 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.828 ^a	0,685	0,682	4,974
a. Predictors: (Constant), Pelayanan Prima				
b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan				

Sumber : Hasil olah data primer (2024)

Nilai Adjusted R Square sebesar 0,682 seperti terlihat pada tabel diatas. Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel independen yaitu pelayanan yang baik terhadap kepuasan konsumen adalah sebesar 68,2%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian.

5.4. Pembahasan Hasil Penelitian

Hasil penelitian dan perhitungan yang sudah diolah menggunakan SPSS, bahwa didapatkan hasil koefisien regresi dari variabel bebas secara parsial (terpisah) adalah terdapat variabel terikat atau *dependent* (Y) yaitu kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan di Bandara Jenderal Ahmad Yani Semarang secara signifikan dipengaruhi oleh variabel bebas *independent* (X) yaitu Pelayanan Prima. Berdasarkan hasil analisis tersebut, maka rumusan masalah penelitian sebagaimana diruskan pada BAB I telah terjawab.

Dapat dikatakan bahwa tingginya tingkat pelayanan yang diberikan di Bandara Jenderal Ahmad Yani Semarang berdampak signifikan terhadap tingkat kepuasan yang dialami penumpang. Berdasarkan temuan yang dikumpulkan oleh para peneliti, kesimpulan tersebut dapat ditarik. Secara spesifik, pelayanan prima yang diberikan kepada pelanggan di Bandara

Ahmad Yani Semarang menyumbang 68,2% dari total, sedangkan 31,8% sisanya dipengaruhi oleh karakteristik yang tidak peneliti yang masukkan dalam penelitian tersebut.

5.4.1 Pengaruh Pelayanan Prima terhadap Keepuasan Pelanggan di Bandara Jenderal Ahmad Yani Semarang

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa memberikan pelayanan prima merupakan salah satu faktor terpenting dalam menjamin kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa pemberian pelayanan prima berperan penting dalam menjamin kepuasan pelanggan. Temuan dari pengujian pengaruh parsial X terhadap Y menunjukkan bahwa nilai thitung sebesar 15,390 lebih besar dari nilai ttabel yaitu 1.981. Selanjutnya tingkat signifikansi sebesar 0,001 kurang dari 0,05 yang berarti hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima. Kenyataan tersebut menunjukkan bahwa variabel pelayanan prima berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan. Hal ini memperkuat anggapan bahwa pelayanan prima yang ditawarkan perusahaan berpotensi berkontribusi terhadap peningkatan tingkat kepuasan pelanggan.

Penting untuk dicatat bahwa temuan penelitian ini relevan dengan temuan penelitian yang dilakukan oleh Hajar et al. pada tahun 2023 dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa PT. Angkasa Pura II (Persero) Terhadap Kepuasan Penumpang Penerbangan Domestik di Bandara Internasional Minangkabau". Berdasarkan temuan survei Angkasa Pura II (Persero), penumpang penerbangan domestik di Bandara Internasional Minangkabau merasa puas. Di Bandara Internasional Minangkabau, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan yang dialami penumpang perjalanan internasional pada penerbangan domestik.

Sebagai wujud kerja keras dan tanggung jawab yang ditunjukkan oleh insan PT Angkasa Pura I khususnya yang bekerja di

Bandara Jenderal Ahmad Yani Semarang dalam upayanya meningkatkan pelayanan guna menghasilkan pelayanan prima kepada pelanggan, upaya tersebut merupakan salah satu wujudnya. Upaya yang telah dilakukan untuk meningkatkan pelayanan. Terkadang, pelayanan terbaiklah yang menghasilkan kepuasan konsumen. Kemampuan melayani penumpang dengan baik sesuai dengan bidang pekerjaannya dan berkomunikasi secara efektif dalam proses membina hubungan dengan penumpang merupakan aspek pertama dari enam aspek pelayanan prima, seperti yang dikemukakan oleh (Barata, 2004). Pertama, kemampuan ditunjukkan dengan petugas yang melayani penumpang dengan baik sesuai dengan bidang kerjanya dan berkomunikasi efektif dalam membina hubungan dengan penumpang dibuktikan dengan meraih penghargaan pada Airport Service Quality Award (ASQ) Award yang diselenggarakan oleh Airport Council International (ACI). Komponen kedua adalah sikap, yaitu sikap sopan santun yang ditampilkan saat berinteraksi dengan pelanggan. Sikap tersebut tercermin dalam nilai-nilai budaya Bandara Jenderal Ahmad Yani Semarang yang terdiri dari lima poin: amanah, kompeten, harmonis, setia, dan mudah beradaptasi. Sikap merupakan salah satu komponen keharmonisan, yang berarti menunjukkan rasa peduli satu sama lain dan mengakui adanya keberagaman. Faktor ketiga adalah penampilan, yaitu jenis penampilan yang diberikan dalam hal pelayanan di Bandara Jenderal Ahmad Yani Cabang Semarang PT. Angkasa Pura I. Baik itu penampilan fisik yang mencakup hal-hal seperti mengenakan seragam dan memberikan fasilitas kepada pelanggan, maupun penampilan non fisik yang mencakup sikap dan tindakan saat berhubungan dengan pelanggan. Komponen yang keempat adalah perhatian yang dapat diartikan sebagai jenis kepedulian atau perhatian di Bandara Jenderal Ahmad Yani Semarang. Hal ini dilakukan dengan menawarkan beragam pilihan angkutan umum, menambah jumlah armada pesawat saat Idul Fitri,

dan tindakan serupa lainnya. Action, atau tindakan nyata yang dilakukan karyawan, merupakan komponen kelima. Meliputi keselamatan (pengutamakan keselamatan penerbangan), keamanan (terwujudnya keamanan dan ketertiban), pelayanan (pemberian pelayanan yang prima), dan kepatuhan (pelaksanaan dan kepatuhan terhadap prosedur standar dan aturan yang berlaku). Komponen terakhir adalah tanggung jawab. Sebagai penyedia jasa transportasi Angkasa Pura Airport Bandara Ahmad Yani Semarang, salah satu tindakan yang harus dilakukan adalah dengan memanfaatkan standar mekanisme atau sistem yang dimiliki perusahaan untuk menampung setiap dan seluruh pengaduan pelanggaran atau potensi pelanggaran yang terjadi. dapat memberikan dampak buruk bagi perusahaan. Tata cara penanganan setiap pengaduan pelanggaran merupakan salah satu kewajiban yang harus dipenuhi untuk menjamin seluruh pekerja Angkasa Pura Airports mentaati etika perusahaan dalam menjalankan tugasnya. Dengan mempertimbangkan keenam kriteria ini, jelas bahwa tingkat kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi oleh keandalan suatu penyediaan layanan.

BAB VI

PENUTUP

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis beserta pembahasan yang telah disajikan, maka peneliti menyimpulkan bahwasanya Pelayanan Prima berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan ataupun penumpang di Bandara Jenderal Ahmad Yani Semarang. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel pelayanan prima (X) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y). Oleh karena itu, H_0 yang menyatakan bahwa pelayanan prima tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dalam penelitian ini ditolak, sedangkan H_a pada penelitian ini diterima. Pada hasil uji determinasi (R) memperoleh nilai sebesar 68,2%, yang membuktikan bahwa variabel independen (pelayanan prima) mempengaruhi variabel *dependent* (kepuasan pelanggan) dengan korelasi sangat kuat, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian penulis seperti contoh mengenai pelayanan kargo, layanan informasi, atau lain sebagainya.

6.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, adapun saran yang dapat diberikan oleh peneliti adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini hanya berfokus pada satu variabel yaitu pelayanan prima (X), yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y) di Bandara Jenderal Ahmad Yani Semarang. Selain variabel tersebut terdapat variabel lain yang tidak diteliti dan bukan tidak mungkin turut memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Bandara Jenderal Ahmad Yani Semarang.
2. Bandara Jenderal Ahmad Yani Semarang disarankan untuk terus meningkatkan pelayanan yang ada, senantiasa menunjang *facility care* agar fasilitas tetap terjaga dan menambah kenyamanan pelanggan.

3. Bagi penelitian selanjutnya, diharapkan dapat menyempurnakan penelitian dengan meneliti variabel-variabel lain di Bandara Jenderal Ahmad Yani Semarang yang tidak termasuk dalam penelitian yang sudah disajikan sebelumnya oleh penulis.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, & Yuliana. (2010). *YES, I Can Serve. Handbook for Service Excellence*. Publishing One.
- Andrade, C. (2021). The Inconvenient Truth About Convenience and Purposive Samples. *Indian Journal of Psychological Medicine*, 43(1). <https://doi.org/10.1177/0253717620977000>
- Artha, & Satria Intan. (2021). *Ilmiah M-Progress, R.Jurnal Ilmiah M Progress*. 37–47.
- Barata, A. A. (2004). *Dasar-dasar Pelayanan Prima: Persiapan Membangun Budaya Pelayanan Prima untuk Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*. Elex Media Komputindo.
- Bhattacharya, C. B., & Sen, S. (2003). Consumer-company identification: A framework for understanding consumers' relationships with companies. In *Journal of Marketing* (Vol. 67, Issue 2). <https://doi.org/10.1509/jmkg.67.2.76.18609>
- Cronin, J. J., & Taylor, S. A. (1992). *Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension. Journal of Marketing: Vol. 56 (3)*.
- Didin Fatihudin, & M. Anang Firmansyah. (2019). *Pemasaran Jasa (Strategi Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)*. Deepublish.
- Dwi Ayu Puspitasari. (2022). Pengaruh Aspek Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Penumpang di Bandara Internasional Ahmad Yani Semarang. *Jurnal Visi Manajemen*, 8(1). <https://doi.org/10.56910/jvm.v8i1.194>
- Fahmi. (2023, September 23). *Gitar Soegi Bornean Seharga Rp 30 Jutaan Rusak saat di Bagasi Pesawat, Batik Air Sampaikan Ini This article wGitar Soegi Bornean Seharga Rp 30 Jutaan Rusak saat di Bagasi Pesawat*. BeritaTrans.Com.
- Ford, R. C., Heaton, C. P., & Brown, S. W. (2001). Delivering excellent service: Lessons from the best firms. *California Management Review*, 1. <https://doi.org/10.2307/41166110>
- Gemmel, P. (2007). Delivering Excellent Service Quality in Aviation: A Practical Guide for Internal and External Service Providers. *International Journal of Service Industry Management*, 18(4). <https://doi.org/10.1108/09564230710778173>
- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gronroos, C. (1984). *A Service Quality Model and its Marketing Implications*. *European Journal of Marketing: Vol. 18(4)*.
- Hajar, S., Salfadri, & Tifani Ratu Firdaus. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa PT. Angkasa Pura II (Persero) Terhadap Kepuasan Penumpang Penerbangan Domestik di Bandara Internasional Minangkabu. *Ekasakti Matua Jurnal Manajemen, 1(2)*. <https://doi.org/10.31933/emjm.v1i2.850>
- Kusuma, R. W., & Suwitho. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Fasilitas Dan Emosional Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen, 4(12)*.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2007). *Services Marketing: People, Technology, Strategy*. Upper Saddle River. Pearson Prentice Hall.
- Nasiruddin, M., & Eva Hany Fanida, S.AP., M. A. (2018). Kualitas Pelayanan Prima (Excellent Service) di PT. Angkasa Pura 1 (Persero) Bandar Udara Juanda Surabaya. *Kajian Manajemen Pelayanan Publik, 01*.
- Nazir, Moh. (2009). *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia.
- Nur Alamsyah, A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Informasi Terhadap Kepuasan Penumpang di PT. Angkasa Pura I Bandar Udara Internasional Ahmad Yani Semarang. *Flight Attendant Kedirgantaraan : Jurnal Public Relation, Pelayanan, Pariwisata, 4(1)*. <https://doi.org/10.56521/attendant-dirgantara.v4i1.441>
- Palandeng, I., & Lumentut, F. (2014). Fasilitas, Servicecape, dan Kualitas Pelayanan, Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Mcdonald's Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis, Dan Akutansi*, 126–136.
- Patton, P. (2015). *Service With Emotional Quotient*.
- Raharjo, S. (2018). *Cara Melakukan Uji T Parsial dalam Analisis Regresi dengan SPSS*. SPSS Indonesia.
- Riyanto, N. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Alfabeta.
- Rosmika, T. E. (2022). Analisis Terhadap Kepuasan Pelanggan Berdasarkan Strategi Komunikasi Customer Service dan Kualitas Pelayanan pada Usaha Busana Muslim Semoga Indah Jaya Medan. *Juripol, 5(2)*. <https://doi.org/10.33395/juripol.v5i2.11734>
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian*. KBM Indonesia.

- Slamet Rianto, & Aglis Andhita Hatmawan. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif*. Deepublish.
- Solimun, Armanu, & Adjy Achmad Rinaldo Fernandes. (2018). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Perspektif sistem*. UB Press.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2021). *Pengertian Data Primer & Perbedaannya dengan Data Sekunder*. Populix.
- Suharsimi, & Arikunto. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Suparman HL, Vina Islami, & Fera Nelfianti. (2020). *Service Excellence*. Graha Ilmu.
- Syamsuryadin S., & Wahyuniati, C. F. S. (2017). Tingkat Pengetahuan Pelatih Bola Voli Tentang Program Latihan Mental Di Kabupaten Sleman Yogyakarta. *Jurnal Olahraga Prestasi*, 53–59.
- Widana, W., & Muliani, P. L. (2020). *Uji Persyaratan Analisis* (T. Fiktorius, Ed.). Klik Media.
- Yani, T. E., & Prasetyo, I. (2020). Strategi Meningkatkan Loyalitas dengan Pelayanan Prima, Customer Relationship dan Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, 22(1). <https://doi.org/10.26623/jdsb.v22i1.2331>
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2011). Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm, 6th Edition. *The Service Industries Journal*, 21(1).
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1990). *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations*. Free Press.

Sumber Lain :

Landside Terminal Operation

AMC Bandara Ahmad Yani

Website Resmi ap1.co.id.

Humas Bandara Ahmad Yani, 2023

LAMPIRAN 1

KUESIONER PENELITIAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian

Semarang, Maret 2024

Kepada

Yth. Bapak/Ibu/Saudara/i

Pengguna Jasa Bandara Jenderal Ahmad Yani Semarang

Dengan hormat,

Di tengah-tengah kesibukan Bapak/Ibu/Saudara/i perkenankan saya memohon bantuan untuk meluangkan waktu sejenak, guna mengisi kuesioner dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul “**Pengaruh Pelayanan Prima terhadap Kepuasan Pelanggan Muslim di Bandara Jenderal Ahmad Yani Semarang**”. Atas bantuannya, peneliti mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya dan tak lupa kami mohon maaf jika ada kata-kata maupun tulisan yang kurang berkenan sehubungan dengan penelitian yang kami laksanakan. Perlu diketahui bahwa semua informasi yang terkumpul melalui kuesioner ini hanya akan digunakan untuk menyusun penelitian dan saya akan selalu menjaga kerahasiaannya. Atas kesediaan Bapak/Ibu/Sdr dalam meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini, saya sampaikan banyak terima kasih.

Hormat saya,

(**Peneliti**)

KUESIONER PENELITIAN

PETUNJUK UMUM

1. Kuesioner penelitian ini terdiri dari 3 (tiga) bagian, yaitu :

Bagian I : Identitas Responden

Bagian II : Pelayanan Prima

Bagian III : Kepuasan Pelanggan

2. Bapak/Ibu/Sdr/i dimohon untuk memilih 1 (satu) jawaban yang sesuai dengan memberi tanda silang (X) dari masing-masing pernyataan yang kami ajukan.

3. Mohon tidak ada jawaban yang terlewat.

4. Semua jawaban terjaga kerahasiaannya dan hanya untuk kepentingan penyusunan

penelitian. Atas perhatiannya, disampaikan banyak terima kasih.

BAGIAN I: IDENTITAS RESPONDEN

Mohon kesediaan Bpk/Ibu/Sdr/i untuk mengisi data responden sebagai berikut:

1. Usia : tahun
2. Jenis Kelamin : a. Laki-laki, b. Perempuan
3. Pendidikan : a. SMU/Sederajat, b. Diploma, c. Sarjana (S1, S2, S3)
4. Pekerjaan :
 - a. PNS/ASN/Polri/TNI/Pegawai BUMN
 - b. Karyawan swasta
 - c. Wiraswasta
 - d. Lain-lain, sebutkan.....
5. Penghasilan per bulan :
 - a. < Rp 5.000.000
 - b. Rp 5.000.000 – Rp 10.000.000
 - c. > Rp 10.000.000

6. Berapa kali Anda mengunjungi dan menggunakan jasa penerbangan di Bandara Jenderal Ahmad Yani Semarang dalam 6 bulan terakhir ?

- a. 2 – 5 kali
- b. 6 – 10 kali
- c. > 10 kali

BAGIAN II: PELAYANAN PRIMA

Pada item kuesioner berikut ini berilah tanda silang (X) pada salah satu dari 5 (lima) pilihan yang terdapat disamping pernyataan tersebut. Untuk bagian ini diberlakukan skala penilaian

tingkat persetujuan sebagai berikut :

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

N = Netral

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	T S	STS
Ability (Kemampuan)						
1.	Petugas di Bandara Jenderal Ahmad Yani Semarang mampu melaksanakan tugasnya sesuai dengan kompetensi pekerjaanya					
2.	Petugas di Bandara Jenderal Ahmad Yani Semarang mampu melaksanakan					

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	T S	STS
	komunikasi yang efektif dengan pengguna jasa					
3.	Petugas di Bandara Jenderal Ahmad Yani Semarang mempunyai kemampuan <i>public relation</i> yang baik dalam membina hubungan dengan pengguna jasa					
4.	Petugas di Bandara Jenderal Ahmad Yani Semarang mempunyai kemampuan mengembangkan motivasi yang baik dalam membina hubungan dengan sesama rekan kerja sehingga mampu melaksanakan tugas dengan baik					
Attitude (Sikap)						
5.	Petugas di Bandara Jenderal Ahmad Yani Semarang dapat membantu pengguna jasa yang mengalami masalah dengan baik					
6.	Petugas <i>lost and found</i> mampu menangani masalah pengguna jasa yang barang bawaannya hilang atau tertukar dengan baik					
7.	Petugas di Bandara Jenderal Ahmad Yani Semarang selalu bersikap ramah					

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	T S	STS
	dan sopan terhadap pengguna jasa					
8.	Petugas di Bandara Jenderal Ahmad Yani Semarang selalu memberikan sambutan selamat datang kepada pengguna jasa					
Appearance (Penampilan)						
9.	Petugas Bandara Jenderal Ahmad Yani menggunakan aksesoris atau tanda kelengkapan secara lengkap					
10.	Petugas di Bandara Jenderal Ahmad Yani Semarang berpenampilan rapi dan sopan dalam memberikan pelayanan pada pengguna jasa					
11.	Petugas Bandara Jenderal Ahmad Yani dapat dipercaya dalam memberikan rasa aman bagi pengguna jasa					
12.	Petugas di Bandara Jenderal Ahmad Yani Semarang memberikan perhatian dan keperluan pada pengguna jasa					
Attention (Perhatian)						
13.	Fasilitas tempat ibadah di Bandara Jenderal Ahmad Yani dilengkapi dengan tempat wudlu yang bersih dan memadai					

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	T S	STS
14.	Bandara Jenderal Ahmad Yani selalu mengumandangkan adzan pada setiap waktu sholat.					
15.	Petugas di Bandara Jenderal Ahmad Yani Semarang selalu senantiasa meluangkan waktu menanggapi permintaan pengguna jasa					
16.	Petugas di Bandara Jenderal Ahmad Yani Semarang membantu pengguna jasa dalam menghadapi masalah dalam pengecekan tiket					
Action (Tindakan)						
17.	Petugas Bandara Jenderal Ahmad Yani Semarang memberikan informasi penerbangan dengan tepat untuk memastikan bahwa kebutuhan pengguna jasa telah terpenuhi dengan baik					
18.	Petugas Bandara Jenderal Ahmad Yani Semarang mendengarkan dengan baik ketika pengguna jasa menyampaikan keinginan atau kebutuhannya					
19.	Proses penanganan bagasi dan pemeriksaan keamanan di Bandara Jenderal Ahmad Yani Semarang telah					

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	T S	STS
	mempertimbangkan kebutuhan khusus pengguna jasa					
20.	Petugas Bandara Jenderal Ahmad Yani Semarang memberikan tindakan yang cepat dan tanggap dalam merespon keluhan pengguna jasa					
Accountability (Tanggung Jawab)						
21.	Petugas Bandara Jenderal Ahmad Yani Semarang mematuhi prosedur keselamatan dan keamanan yang ditetapkan secara konsisten					
22.	Petugas Bandara Jenderal Ahmad Yani Semarang memberikan informasi yang akurat dan tepat waktu tentang status penerbangan dan prosedur bandara					
23.	Petugas Bandara Jenderal Ahmad Yani tidak istirahat saat melayani pengguna jasa					
24.	Petugas Bandara dapat dipercaya dalam pelaksanaan pemeriksaan dan menjamin keamanan pengguna jasa					

BAGIAN III: KEPUASAN PELANGGAN

Pada item kuesioner berikut ini berilah tanda silang (X) pada salah satu dari 5 (lima) pilihan yang terdapat disamping pernyataan tersebut. Untuk bagian ini diberlakukan skala penilaian

tingkat persetujuan sebagai berikut :

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

N = Netral

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1. Puas Terhadap Layanan						
1.	Informasi yang disampaikan dari pusat layanan informasi Bandara Jenderal Ahmad Yani sangat jelas dan sesuai prosedur					
2.	Layanan di Bandara Jenderal Ahmad Yani diberikan pada awal pengguna jasa datang					
3.	Pusat sistem pencatatan data pengguna jasa dan barang yang akurat di Bandara Jenderal Ahmad Yani					

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
4.	Layanan di Bandara Jenderal Ahmad Yani yang diterapkan sesuai dengan yang dijanjikan					
Puas Terhadap Jasa						
5.	Petugas Bandara Jenderal Ahmad Yani selalu bersikap ramah dan sopan kepada pengguna jasa					
6.	Petugas sungguh-sungguh berusaha membantu pengguna jasa yang ada masalah di Bandara Jenderal Ahmad Yani					
7.	Pengguna jasa merasa nyaman berinteraksi di Bandara Jenderal Ahmad Yani					
8.	Petugas Bandara Jenderal Ahmad Yani selalu tanggap dalam memberikan pelayanan terhadap pengguna jasa					
Puas Terhadap Perusahaan						
9.	Jadwal penerbangan di Bandara Jenderal Ahmad Yani selalu tepat waktu					
10.	Penataan fasilitas umum di Bandara Jenderal Ahmad Yani memberikan kemudahan kepada pengguna jasa					

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
11.	Bandara Jenderal Ahmad Yani memiliki fasilitas dan peralatan yang modern dan terbaru					
12.	Waktu beroperasi Bandara Jenderal Ahmad Yani yang cocok / sesuai bagi pengguna jasa					
Puas Terhadap Keseluruhan						
13.	Pengguna jasa merasa puas atas pelayanan yang diberikan Bandara Jenderal Ahmad Yani					
14.	Petugas Bandara Jenderal Ahmad Yani mampu bersikap profesional dalam memberikan pelayanan kepada pengguna jasa					
15.	Petugas Bandara Jenderal Ahmad Yani dapat dipercaya dalam memberikan rasa aman bagi pengguna jasa					
16.	Petugas Bandara Jenderal Ahmad Yani bersikap adil tanpa memberdakan pengguna jasa saat memberikan pelayanan					

VARIABEL Y

4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	60
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	70
5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	52
3	4	2	4	4	5	5	4	3	4	4	4	3	2	2	58
5	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	61
4	4	5	4	3	2	3	3	4	4	4	4	4	4	3	58
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	62
4	4	4	4	3	2	3	3	4	3	3	3	4	4	4	56
5	5	5	5	4	2	4	3	4	4	4	3	4	4	3	62
4	3	5	3	3	4	3	4	5	4	3	4	3	3	2	56
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	3	5	4	4	68
5	4	5	4	5	4	3	4	5	5	4	4	4	5	5	71
4	3	4	2	3	2	3	3	4	3	2	3	3	3	3	47
4	3	4	4	3	3	5	3	4	3	4	3	4	5	5	60
5	5	5	4	3	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	66
5	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	3	4	4	61
4	5	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	54
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	62
4	1	2	2	2	1	3	1	3	4	3	1	2	2	4	37
5	5	5	5	5	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	63
5	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	56
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80
4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	56
3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	48
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	54
5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	76
5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	74
4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	5	4	4	59
4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	63
3	3	5	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	70
5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	72
4	3	3	3	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70
4	4	4	4	4	1	4	3	4	4	4	3	4	4	4	59
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80
4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	62
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	76
3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	47
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80
4	4	3	3	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	68
5	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	5	63
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	33
4	4	3	4	4	3	4	5	4	5	4	5	4	5	4	66
3	4	4	3	4	3	5	4	4	4	4	4	4	5	4	64
4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	54
5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	3	5	4	5	3	69
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	65
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	55
5	3	4	3	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	72
4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	54
4	4	4	3	4	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	59
4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	60
5	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	63
4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	53
5	4	4	5	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	58
5	5	5	5	5	5	5	2	3	4	3	4	4	5	5	70
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80
3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	60
4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	62
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	63
5	5	4	4	5	2	4	4	4	4	4	4	5	4	5	67
4	2	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	58
4	5	4	3	3	2	4	3	4	4	4	3	4	4	4	57
5	5	5	4	3	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	70
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80
4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	60
4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	62
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	63
5	5	4	4	5	2	4	4	4	4	4	4	5	4	5	67
4	2	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	58
4	5	4	3	3	2	4	3	4	4	4	3	4	4	4	57
5	5	5	4	3	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	70
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80
4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	60
4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	62
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	63
5	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	64
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	64
4	3	4	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	59
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
5	5	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
5	5	4	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	76
5	5	5	5	5	2	5	4	4	5	5	5	5	5	5	75
4	4	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	4	67
4	4	4	3	4	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	60
4	4	4	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	59
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
5	5	4	4	5	3	4	3	5	5	4	4	4	4	4	62
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	59
4	3	4	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
5	5	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
5	5	4	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	76
4	4	4	3	4	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	60
4	4	4	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
5	5	4	4	5	3	4	3	5	5	4	4	4	4	4	67
5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	63
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	63
4	5	4	3	3	2	4	4	5	5	4	4	5	3	4	64
4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	74
4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	72
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80

LAMPIRAN 3

HASIL UJI VALIDITAS

X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	X16	X17	X18	X19	X20	X21	X22	X23	X24	XT	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	96
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	72
4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	101
4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	90
4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	110
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	96
4	3	3	3	4	5	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	83
3	4	3	4	4	5	4	4	3	5	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	88
5	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	2	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	87
5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	117
1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	30
2	2	3	3	2	3	2	3	3	3	1	1	3	3	2	2	2	3	2	3	3	4	4	4	4	63
3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	1	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	78	
5	5	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	86	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	3	4	114	
3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	5	5	78	
4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	5	5	5	5	5	3	3	5	103	
3	3	3	3	4	2	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	76	
5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	99	
3	4	5	3	4	3	4	5	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	5	3	4	4	90	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	2	5	5	1	5	5	5	2	5	5	5	106	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	94	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	93	
4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	5	5	4	95	
3	4	2	3	4	2	4	4	4	4	3	3	5	5	4	5	4	4	4	3	5	4	1	4	88	
4	4	3	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	91	
4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	93	
5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	3	3	4	4	4	5	4	5	4	4	4	103	
4	4	3	3	3	4	4	4	5	5	4	4	2	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	89	
4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	104	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	96	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	3	2	2	4	4	3	4	4	5	87	
4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	84	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	117	
5	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	2	3	2	89	
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	95	

Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15	Y16	YT
4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	61
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	67
3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	75
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	57
3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	53
5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	73
4	5	5	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
1	1	2	1	2	3	2	2	2	1	1	2	2	1	2	2	27
2	3	3	1	3	2	1	2	2	2	3	3	3	3	3	3	39
4	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	50
3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	52
5	5	4	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	49
5	5	5	5	3	2	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	71
3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	45
4	5	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	65
5	4	4	3	3	2	4	3	4	4	5	5	4	4	5	5	64
5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	77
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	63
4	4	4	4	4	2	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	62
4	3	2	2	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	56
5	5	5	5	5	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	66
5	5	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	66
4	5	4	4	4	3	4	4	5	5	3	4	4	4	4	5	66
5	5	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	57
5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	68
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80
4	4	4	2	4	1	2	3	2	3	2	4	4	4	4	3	50
5	5	4	5	5	5	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	67
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80
5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	78
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64

		Correlations																								TOTAL		
		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	X16	X17	X18	X19	X20	X21	X22	X23	X24			
X1	Pearson Correlation	1	.838	.682	.754	.692	.611	.686	.638	.693	.597	.759	.670	.347	0.287	.590	.663	.659	.544	.772	.808	.584	0.180	0.263	.382	.796		
	Sig. (2-tailed)		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.038	0.090	0.000	0.000	0.000	0.001	0.000	0.000	0.000	0.293	0.121	0.000	0.000		
	N	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	
X2	Pearson Correlation	.838	1	.692	.773	.781	.541	.771	.698	.642	.662	.782	.768	.374	.389	.492	.752	.722	.459	.785	.707	.780	0.202	0.210	.416	.826		
	Sig. (2-tailed)	0.000		0.000	0.000	0.001	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.025	0.019	0.002	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.238	0.219	0.012	0.000	
	N	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	
X3	Pearson Correlation	.682	.692	1	.867	.738	.615	.674	.665	.680	.580	.653	.717	.405	.499	.473	.665	.634	.416	.747	.784	.680	.351	.551	.554	.833		
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.014	0.002	0.004	0.000	0.000	0.012	0.000	0.000	0.000	0.038	0.000	0.000	0.000		
	N	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	
X4	Pearson Correlation	.754	.773	.867	1	.778	.687	.713	.649	.714	.764	.728	.724	.449	.507	.513	.746	.670	.483	.826	.826	.714	.465	.473	.548	.890		
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.008	0.002	0.001	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.004	0.000	0.004	0.004	0.001	0.000	
	N	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	
X5	Pearson Correlation	.692	.781	.738	.778	1	.598	.791	.794	.680	.732	.715	.801	.514	.453	.619	.798	.791	.483	.895	.805	.781	0.287	.355	.507	.880		
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
	N	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	
X6	Pearson Correlation	.611	.541	.615	.687	.598	1	.611	.659	.642	.684	.590	.712	0.289	0.245	.483	.508	.575	.362	.738	.771	.506	0.245	.481	.508	.746		
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.001	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.113	0.149	0.003	0.002	0.000	0.000	0.000	0.000	0.002	0.149	0.003	0.002	0.000		
	N	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	
X7	Pearson Correlation	.686	.771	.674	.713	.791	.611	1	.755	.757	.810	.784	.867	.532	.425	.537	.740	.731	.520	.843	.781	.789	0.190	0.221	.480	.869		
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.001	0.010	0.001	0.000	0.000	0.001	0.000	0.000	0.000	0.000	0.254	0.194	0.003	0.000	
	N	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	
X8	Pearson Correlation	.639	.688	.695	.648	.794	.659	.755	1	.781	.791	.634	.707	.437	0.280	.516	.710	.664	.456	.783	.722	.710	0.282	.384	.656	.837		
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000	0.009	0.098	0.001	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.098	0.017	0.000	0.000	
	N	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	
X9	Pearson Correlation	.693	.642	.680	.714	.680	.642	.757	.781	1	.808	.682	.740	.442	.379	.503	.734	.630	.469	.809	.809	.760	.330	0.301	.527	.843		
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000	0.007	0.023	0.002	0.000	0.000	0.004	0.000	0.000	0.000	0.049	0.075	0.001	0.000		
	N	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	
X10	Pearson Correlation	.597	.662	.580	.764	.732	.684	.810	.791	.808	1	.693	.781	.463	.365	.448	.744	.647	.451	.775	.741	.770	.392	.365	.507	.844		
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000	0.004	0.029	0.006	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.018	0.029	0.002	0.000		
	N	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	
X11	Pearson Correlation	.791	.782	.653	.728	.715	.595	.794	.634	.682	.693	1	.888	0.319	0.329	.499	.637	.704	.479	.826	.781	.644	0.155	0.248	.401	.812		
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000	0.050	0.002	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.369	0.143	0.015	0.000		
	N	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	
X12	Pearson Correlation	.670	.768	.717	.724	.801	.712	.867	.757	.740	.781	.888	1	.404	.421	.551	.745	.792	.478	.874	.771	.776	0.239	.372	.499	.889		
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000		0.014	0.011	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.169	0.026	0.002	0.000		
	N	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	
X13	Pearson Correlation	.347	.374	.405	.448	.514	0.269	.532	.437	.442	.463	0.319	.404	1	.570	.563	.611	.491	.555	.532	.419	.558	0.190	0.101	0.188	.584		
	Sig. (2-tailed)	0.038	0.020	0.014	0.006	0.001	0.113	0.001	0.008	0.007	0.004	0.060	0.014		0.000	0.000	0.000	0.002	0.000	0.000	0.001	0.011	0.000	0.253	0.556	0.271	0.000	
	N	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	
X14	Pearson Correlation	0.287	.389	.499	.507	.453	0.245	.425	0.280	.379	.365	0.329	.421	.570	1	.585	.596	.466	.473	.475	.358	.541	0.320	0.053	0.238	.552		
	Sig. (2-tailed)	0.090	0.010	0.002	0.002	0.006	0.149	0.010	0.098	0.023	0.029	0.090	0.011	0.000		0.000	0.000	0.004	0.004	0.003	0.032	0.001	0.087	0.760	0.183	0.000		
	N	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	
X15	Pearson Correlation	.580	.492	.473	.513	.619	.483	.537	.516	.503	.448	.499	.551	.563	.585	1	.697	.615	.639	.596	.632	.503	.374	0.084	0.179	.706		
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000		
	N	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	
X16	Pearson Correlation	.663	.762	.685	.746	.798	.598	.740	.710	.734	.744	.637	.745	.811	.596	.697	1	.740	.514	.895	.692	.612	.390	0.281	.420	.869		

Correlations																		
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15	Y16	TOTAL
Y1	Pearson Correlation	1	.830 ^{**}	.663	.724 ^{**}	.634 ^{**}	.331	.644 ^{**}	.622 ^{**}	.597 ^{**}	.685	.683	.662 ^{**}	.704 ^{**}	.776 ^{**}	.677 ^{**}	.634	.807 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,000	0,000	0,000	0,049	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
Y2	Pearson Correlation	.830 ^{**}	1	.767 ^{**}	.752 ^{**}	.720 ^{**}	.364	.656 ^{**}	.714 ^{**}	.639 ^{**}	.724 ^{**}	.666 ^{**}	.675 ^{**}	.745 ^{**}	.809 ^{**}	.676 ^{**}	.720 ^{**}	.850 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	0,000		0,000	0,000	0,000	0,029	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
Y3	Pearson Correlation	.663 ^{**}	.767 ^{**}	1	.754 ^{**}	.756 ^{**}	.338	.621 ^{**}	.728 ^{**}	.645 ^{**}	.743 ^{**}	.692 ^{**}	.665 ^{**}	.814 ^{**}	.737 ^{**}	.702 ^{**}	.716 ^{**}	.838 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000		0,000	0,000	0,044	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
Y4	Pearson Correlation	.724 ^{**}	.752 ^{**}	.754 ^{**}	1	.755 ^{**}	.503 ^{**}	.709 ^{**}	.664 ^{**}	.711 ^{**}	.746 ^{**}	.652 ^{**}	.541 ^{**}	.659 ^{**}	.685 ^{**}	.550 ^{**}	.630 ^{**}	.827 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000		0,000	0,002	0,000	0,000	0,000	0,000	0,001	0,000	0,000	0,001	0,000		
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
Y5	Pearson Correlation	.634 ^{**}	.720 ^{**}	.756 ^{**}	.755 ^{**}	1	.578 ^{**}	.511 ^{**}	.748 ^{**}	.533 ^{**}	.680 ^{**}	.647 ^{**}	.663 ^{**}	.747 ^{**}	.683 ^{**}	.635 ^{**}	.589 ^{**}	.806 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,001	0,000	0,001	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
Y6	Pearson Correlation	.331 [*]	.364 [*]	.338	.503 ^{**}	.578 ^{**}	1	.592 ^{**}	.587 ^{**}	.497 ^{**}	.433 [*]	.539 ^{**}	.438 [*]	.463 ^{**}	.385 [*]	.386 [*]	.403 [*]	.588 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	0,049	0,029	0,044	0,002	0,000		0,000	0,000	0,002	0,008	0,001	0,008	0,004	0,021	0,020	0,015	
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
Y7	Pearson Correlation	.644 ^{**}	.656 ^{**}	.621 ^{**}	.709 ^{**}	.511 ^{**}	.592 ^{**}	1	.786 ^{**}	.870 ^{**}	.812 ^{**}	.790 ^{**}	.654 ^{**}	.763 ^{**}	.739 ^{**}	.708 ^{**}	.653 ^{**}	.856 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,001	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
Y8	Pearson Correlation	.622 ^{**}	.714 ^{**}	.728 ^{**}	.664 ^{**}	.748 ^{**}	.587 ^{**}	.786 ^{**}	1	.730 ^{**}	.786 ^{**}	.749 ^{**}	.711 ^{**}	.843 ^{**}	.783 ^{**}	.742 ^{**}	.709 ^{**}	.879 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
Y9	Pearson Correlation	.597 ^{**}	.639 ^{**}	.645 ^{**}	.711 ^{**}	.533 ^{**}	.497 ^{**}	.870 ^{**}	.730 ^{**}	1	.898 ^{**}	.772 ^{**}	.729 ^{**}	.756 ^{**}	.770 ^{**}	.778 ^{**}	.768 ^{**}	.866 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,001	0,002	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
Y10	Pearson Correlation	.685 ^{**}	.724 ^{**}	.743 ^{**}	.746 ^{**}	.680 ^{**}	.433 [*]	.812 ^{**}	.786 ^{**}	.898 ^{**}	1	.820 ^{**}	.802 ^{**}	.863 ^{**}	.831 ^{**}	.766 ^{**}	.789 ^{**}	.915 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,008	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
Y11	Pearson Correlation	.683 ^{**}	.666 ^{**}	.692	.652 ^{**}	.647 ^{**}	.539 ^{**}	.790 ^{**}	.749 ^{**}	.772 ^{**}	.820 ^{**}	1	.812 ^{**}	.845 ^{**}	.820 ^{**}	.830 ^{**}	.722 ^{**}	.888 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,001	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000		
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
Y12	Pearson Correlation	.662 ^{**}	.675 ^{**}	.665 ^{**}	.541 ^{**}	.663 ^{**}	.438 [*]	.654 ^{**}	.711 ^{**}	.729 ^{**}	.802 ^{**}	.812 ^{**}	1	.834 ^{**}	.807 ^{**}	.860 ^{**}	.800 ^{**}	.853 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,001	0,000	0,008	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
Y13	Pearson Correlation	.704 ^{**}	.745 ^{**}	.814 ^{**}	.659 ^{**}	.747 ^{**}	.463 ^{**}	.763 ^{**}	.843 ^{**}	.756 ^{**}	.863 ^{**}	.845 ^{**}	.834 ^{**}	1	.912 ^{**}	.879 ^{**}	.791 ^{**}	.927 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,004	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
Y14	Pearson Correlation	.776 ^{**}	.809 ^{**}	.737 ^{**}	.685 ^{**}	.683 ^{**}	.385 [*]	.739 ^{**}	.783 ^{**}	.770 ^{**}	.831 ^{**}	.820 ^{**}	.807 ^{**}	.912 ^{**}	1	.886 ^{**}	.768 ^{**}	.911 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,021	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
Y15	Pearson Correlation	.677 ^{**}	.676 ^{**}	.702 ^{**}	.550 ^{**}	.635 ^{**}	.386 [*]	.708 ^{**}	.742 ^{**}	.778 ^{**}	.766 ^{**}	.830 ^{**}	.860 ^{**}	.879 ^{**}	.886 ^{**}	1	.771 ^{**}	.866 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,001	0,000	0,020	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
Y16	Pearson Correlation	.634 ^{**}	.720 ^{**}	.716 ^{**}	.630 ^{**}	.589 ^{**}	.403 [*]	.653 ^{**}	.709 ^{**}	.768 ^{**}	.789 ^{**}	.722 ^{**}	.800 ^{**}	.791 ^{**}	.768 ^{**}	.771 ^{**}	1	.843 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,015	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
TOTAL	Pearson Correlation	.807 ^{**}	.850 ^{**}	.838 ^{**}	.827 ^{**}	.806 ^{**}	.588 ^{**}	.856 ^{**}	.879 ^{**}	.866 ^{**}	.915 ^{**}	.888 ^{**}	.853 ^{**}	.927 ^{**}	.911 ^{**}	.866 ^{**}	.843 ^{**}	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

LAMPIRAN 4

HASIL UJI RELIABILITAS

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	36	100,0
	Excluded ^a	0	0,0
	Total	36	100,0
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,969	24

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1	87,1944	229,990	0,773	0,967
X2	87,1667	233,743	0,810	0,967
X3	87,4167	229,964	0,814	0,967
X4	87,3889	229,444	0,878	0,966
X5	87,2222	229,721	0,867	0,966
X6	87,3611	230,066	0,716	0,968

X7	87,2778	231,121	0,855	0,967
X8	87,0278	232,256	0,822	0,967
X9	87,1667	230,600	0,827	0,967
X10	87,1667	229,743	0,827	0,967
X11	87,2500	230,421	0,791	0,967
X12	87,3333	226,571	0,875	0,966
X13	87,7500	237,107	0,546	0,969
X14	87,7500	238,536	0,513	0,969
X15	87,6111	232,930	0,676	0,968
X16	87,3611	229,380	0,854	0,967
X17	87,2778	232,549	0,794	0,967
X18	87,4722	233,228	0,609	0,969
X19	87,2222	227,378	0,925	0,966
X20	87,2222	228,292	0,888	0,966
X21	87,1667	230,200	0,843	0,967
X22	87,5833	241,050	0,393	0,970
X23	87,4722	241,513	0,383	0,970
X24	87,3333	237,771	0,555	0,969

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	36	100,0
	Excluded ^a	0	0,0
	Total	36	100,0
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,972	16

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Deleted	Scale Variance if Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Deleted
Y1	58,0556	124,511	0,776	0,970
Y2	57,9722	123,513	0,825	0,970
Y3	58,1667	125,400	0,814	0,970
Y4	58,5278	121,399	0,795	0,971
Y5	58,3056	126,561	0,779	0,970
Y6	58,8611	129,094	0,530	0,975
Y7	58,3056	123,190	0,832	0,970
Y8	58,3889	124,473	0,861	0,969
Y9	58,2500	124,593	0,845	0,969
Y10	58,2500	122,307	0,901	0,968
Y11	58,3333	123,429	0,870	0,969
Y12	58,2778	127,235	0,834	0,970
Y13	58,1944	125,361	0,917	0,969
Y14	58,1389	124,923	0,899	0,969
Y15	58,1667	126,829	0,849	0,970
Y16	58,3056	125,818	0,821	0,970

LAMPIRAN 5

HASIL UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
		Unstandardized Residual	
N		111	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000	
	Std. Deviation	4,95119723	
Most Extreme Differences	Absolute	0,037	
	Positive	0,033	
	Negative	-0,037	
Test Statistic		0,037	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.	0,977	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	0,973
		Upper Bound	0,981
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			
d. This is a lower bound of the true significance.			
e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.			

LAMPIRAN 5

HASIL UJI LINEARITAS

Case Processing Summary						
	Cases					
	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Kepuasan Pelanggan * Pelayanan Prima	111	100,0%	0	0,0%	111	100,0%

Report			
Kepuasan Pelanggan			
Pelayanan Prima	Mean	N	Std. Deviation
59	33,00	1	
68	48,00	1	
70	47,00	1	
75	54,33	3	8,737
76	41,00	2	5,657
77	54,00	1	
81	57,00	2	7,071
82	55,67	3	6,807
84	55,00	1	
85	57,60	5	7,092
86	56,50	2	3,536
87	57,33	3	6,110

88	58,50	2	6,364
89	58,40	5	6,348
90	61,50	6	6,716
91	58,50	2	0,707
92	61,60	5	5,030
93	59,33	3	3,055
94	63,25	4	5,377
95	64,00	3	4,000
96	64,57	7	1,134
97	61,67	9	3,162
98	62,33	6	4,274
99	64,00	1	
100	64,00	4	1,826
101	65,50	6	5,612
102	62,00	3	5,292
103	67,67	3	7,234
106	73,00	2	1,414
107	74,50	2	0,707
108	76,00	1	
109	72,00	1	
110	80,00	1	
111	74,50	2	7,778
112	76,50	4	4,726
114	74,00	1	
116	80,00	2	0,000
118	80,00	1	
Total	62,50	111	8,819

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Pelanggan * Pelayanan Prima	Between Groups	(Combined)	6636,517	37	179,365	6,822	0,000
		Linearity	5859,169	1	5859,169	222,860	0,000
		Deviation from Linearity	777,348	36	21,593	0,821	0,739
	Within Groups		1919,231	73	26,291		
	Total		8555,748	110			

Measures of Association				
	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Kepuasan Pelanggan * Pelayanan Prima	0,828	0,685	0,881	0,776

LAMPIRAN 6

HASIL UJI HIPOTESIS

Variables Entered/Removed^a			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Pelayanan Prima ^b		Enter
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan			
b. All requested variables entered.			

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.828 ^a	0,685	0,682	4,974
a. Predictors: (Constant), Pelayanan Prima				

ANOVA^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5859,169	1	5859,169	236,837	.000 ^b
	Residual	2696,579	109	24,739		
	Total	8555,748	110			
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan						
b. Predictors: (Constant), Pelayanan Prima						

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1,949	4,214		-0,463	0,645
	Pelayanan Prima	0,682	0,044	0,828	15,390	0,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Variables Entered/Removed^a			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Pelayanan Prima ^b		Enter

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. All requested variables entered.

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.828 ^a	0,685	0,682	4,974

a. Predictors: (Constant), Pelayanan Prima

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5859,169	1	5859,169	236,837	.000 ^b
	Residual	2696,579	109	24,739		
	Total	8555,748	110			
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan						
b. Predictors: (Constant), Pelayanan Prima						

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1,949	4,214		-0,463	0,645
	Pelayanan Prima	0,682	0,044	0,828	15,390	0,000
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan						

Residuals Statistics ^a					
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	38,31	78,56	62,50	7,298	111
Residual	-12,907	14,776	0,000	4,951	111
Std. Predicted Value	-3,314	2,202	0,000	1,000	111
Std. Residual	-2,595	2,971	0,000	0,995	111

Residual					
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan					

LAMPIRAN 7

SURAT IZIN RISET



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jl. Prof. Dr. H. Hamka Semarang 50185
Telepon (024) 7606405, Faksimili (024) 7606405, Website : www.fakdakom.walisongo.ac.id

Nomor : 101/Un.10.4/K/KM.05.01/03/2024

Semarang, 19/03/2024

Hal : **Permohonan Ijin Riset**

Kepada Yth.

General Manager Bandara Internasional Jenderal Ahmad Yani Semarang
di Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang menerangkan bahwa dalam rangka penyusunan skripsi, mahasiswa berikut:

Nama : Isna Nurul Sabrina
NIM : 2001026084
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Lokasi Penelitian : Bandara Internasional Jenderal Ahmad Yani Semarang
Judul Skripsi : Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Pelanggan Muslim : Studi Kasus [PT Angkasa Pura I Cabang Bandara Internasional Jenderal Ahmad Yani Semarang]

Bermaksud melakukan Riset penggalian data di tempat penelitian pada instansi yang Bapak/Ibu pimpin. Sehubungan dengan itu kami mohonkan ijin bagi yang bersangkutan untuk melakukan kegiatan dimaksud.

Demikian atas perhatian dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.



Tembusan Yth. :

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang

Surat ini dicetak secara elektronik oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang

LAMPIRAN 8

DOKUMENTASI KEGIATAN

NEED FOR HELP

HALLO!

Perkenalkan, saya Iana Nurul Sabrina, mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Walisongo Semarang Angkatan 2020. Saat ini saya sedang melakukan penelitian skripsi di bawah bimbingan Ibu Alifa Nur Fitri, M.I.Kom., AMIPR.

Apabila Anda memenuhi kriteria partisipan sebagai berikut:

1. Beragama Islam
2. Pengguna Jasa Bandara Internasional Jenderal Ahmad Yani Semarang
3. Menggunakan fasilitas Bandara Internasional Jenderal Ahmad Yani Semarang dalam rentang waktu 6 bulan terakhir
4. Contoh: Masjid, Toilet, Parkir, Ruang Tunggu, dsb.

Saya mohon kesediaannya untuk menjadi partisipan penelitian dengan mengisi link berikut ini

<https://forms.gle/LyUeao4XU4zbdMGA>

THANKS!!!

Terdapat reward berupa saldo e-money untuk 3 partisipan yang beruntung

10:12

sayaa
76 posts

Posts Replies Highlights Articles M

You reposted

UNNES MENFESS @unnesmenfess · 4d
Automated
-ness ada yang pernah ke bandara Ahmad Yani Semarang gaa? Pakai fasilitas atau terbang dari/ke bandara Ahmad Yani?
Kalau pernah, boleh minta tolong bantu isi in kuesioner penelitian sender gaa?? 😊 thx uuu. kamu terlalu baik 🙏

5 1 2 954

You reposted

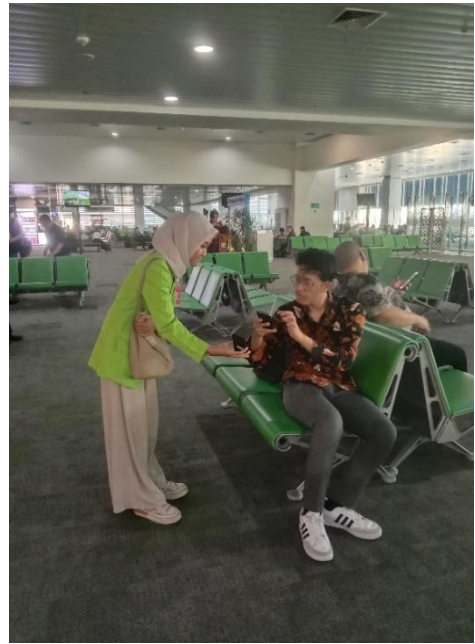
DIPS! @undipmenfess · 4d
Automated
-dips! Ada yang pernah ke bandara Ahmad Yani Semarang gaa? Pakai fasilitas atau terbang dari/ke bandara Ahmad Yani?
Kalau pernah, boleh minta tolong bantu isi in kuesioner penelitian sender gaa?? 😊 thx uuu. kamu terlalu baik 🙏

37 1 5 4.1K









DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : Isna Nurul Sabrina
NIM : 2001026084
Fakultas/Jurusan : FDK/Komunikasi dan Penyiaran Islam
Tempatt, Tanggal Lahir : Kebumen, 19 Juni 2002
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Gol. Darah : A
Alamat : Rt 05/ Rw 01, Desa Sitibentar, Kecamatan Mirit,
Kabupaten Kebumen, Jawa Tengah
No. Handphone : 085727360541
Email : isna_nurul_sabrina_2001026084@walisongo.ac.id

JENJANG PENDIDIKAN FORMAL

1. 2006-2008 : TK PGRI Handayani
2. 2008-2014 : SD N Sitibentar
3. 2014-2017 : SMP N 1 Mirit
4. 2017-2020 : MAN 2 Kebumen
5. 2020-2024 : Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang

JENJANG PENDIDIKAN NON FORMAL

1. 2008-2014 : TPQ – Madin Al Ismailiyyah Sitibentar
2. 2018-2020 : PP Al Munawwaroh

PENGALAMAN ORGANISASI DAN CAPAIAN

1. 2020-2023 : Ikatan Mahasiswa Kebumen Rayon UIN Walisongo
2. 2020-2024 : Walisongo Tv
3. 2022 : Internship di Bandara Internasional Jenderal Ahmad Yani Semarang
4. 2022 : Lomba Film Pendek Pekan Seni dan Olahraga Nasional (PESONA) PTKIN (Juara 3, Sebagai Crew)
5. 2023 : Kuliah Kerja Nyata Nusantara DIY
6. 2023 : Lomba Film Pendek Pekan Olahraga Seni dan Ilmiah se Jawa Madura (PORSI JAWARA) PTKIN (Juara Harapan 1, Sebagai Sutradara)
7. 2023 : Volunteer Event Halalbihalal PBNU 2023
8. 2024 : Volunteer Event Annual International Conference on Islamic Studies (AICIS)