PENINGKATAN KEPUASAN PELANGGAN MELALUI MANAJEMEN PELAYANAN DAN KUALITAS PELAYANAN PADA PT AERO TRAVEL INDONESIA

(STUDI KASUS: KETAPANG PESAWARAN)

SKRIPSI

Oleh :

KOYYIMAH

2261201039

PROGRAM STUDI MANAJEMEN RITEL

INSTITUT TEKNOLOGI DAN BISNIS DINIYYAH LAMPUNG

2026/2027

PENINGKATAN KEPUASAN PELANGGAN MELALUI MANAJEMEN PELAYANAN DAN KUALITAS PELAYANAN PADA PT AERO TRAVEL INDONESIA

(STUDI KASUS: KETAPANG PESAWARAN)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan Memenuhi Syarat-Syamrat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Pada Program Studi Manajemen Ritel

Oleh :

KOYYIMAH

2261201039

PROGRAM STUDI MANAJEMEN RITEL

INSTITUT TEKNOLOGI DAN BISNIS DINIYYAH LAMPUNG

2026/2027

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Koyyimah
NIM	: 2261201039
Program Studi	: Manajemen Ritel
Perguruan Tinggi	: Institut Teknologi dan Bisnis Diniyyah Lampung

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis saya yang berjudul "PENINGKATAN KEPUASAN PELANGGAN MELALUI MANAJEMEN PELAYANAN DAN KUALITAS PELAYANAN PADA PT AERO TRAVEL INDONESIA (STUDI KASUS: KETAPANG PESAWARAN)" adalah murni hasil karya sendiri dan bukan merupakan hasil jiplakan, tiruan, atau duplikasi dari karya orang lain, baik sebagian maupun seluruhnya. Apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran atau klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya ini, saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Institut Teknologi dan Bisnis Diniyyah Lampung.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan penuh tanggung jawab.

Pesawaran,.....2026

Hormat saya,

Koyyimah

2261201039

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi	: Peningkatan Kepuasan Pelanggan Melalui Manajemen Pelayanan dan Kualitas Pelayanan pada PT Aero Travel Indonesia (Studi Kasus: Ketapang Pesawaran)
Nama Mahasiswa	: Koyyimah
NIM	: 2261201039
Program Studi	: Manajemen Ritel

MENYETUJUI

Untuk diajukan dan diuji dalam sidang skripsi pada Program Studi Manajemen Ritel

Pembimbing 1	Pembimbing II
Rudi Kurniawan, S.E,. M.M	**M. Azka Kesuma W, S.E,. M.Si**
NIDN. 0225068702	NIDN. 0219019501

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen Ritel

Nanda Andreas Octavini, S.E,. M.M.

NIDN.0202109401

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan Judul "PENINGKATAN KEPUASAN PELANGGAN MELALUI MANAJEMEN PELAYANAN DAN KUALITAS PELAYANAN PADA PT AERO TRAVEL INDONESIA (STUDI KASUS: KETAPANG PESAWARAN)" ditulis oleh Koyyimah, 2261201039, telah diujikan dalam Sidang Skripsi pada hari Kamis, 08 Oktober 2026, pukul 09.00-10.00, pada Program Studi Manajemen Ritel, Institut Teknologi dan Bisnis Diniyyah Lampung

Pesawaran,.....Oktober 2026

Dewan Penguji

Ketua Sidang	: Prof. Dr. Arsvad Sobby Kesuma. Lc., M.Ag.	(.....)
Penguji	: Nanda Andreas Octavini, S.E,. M.M.	(.....)
Pembimbing I	: Rudi Kurniawan, S.E,. M.M.	(.....)
Pembimbing Il	: M.Azka Kesuma Wardhana, S.E,. M.Si.	(.....)

Mengetahui,
Rektor
Institut Teknologi dan Bisnis Diniyyah Lampung

Prof. Dr. Arsvad Sobby Kesuma. Lc., M.Ag.

MOTTO

"Allah tidak mengatakan hidup ini mudah. Tetapi Allah berjanji, bahwa sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan"
(Q.S Al-insyirah: 5-6)

"Aku selalu menjadikan ibu sebagai salah satu alasan aku masih sanggup dan ada sampai saat ini, seorang ibu yang lelahnya disembunyikan di balik senyum, dan doanya menjadi bahan bakar terkuat di setiap langkahku"
(Penulis)

“Menurutku lulus adalah sebuah prestasi, ntah cepat atau lambat, bukan siapa yang lebih dulu tiba disini, melainkan siapa yang berani mengakhiri”
(randi junianto)

PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillahirabbil'alamin. Dengan penuh rasa syukur kepada Allah SWT, akhirnya saya dapat menyelesaikan perjalanan panjang ini dan sampai pada titik yang selama ini saya perjuangkan. Perjalanan ini tidak selalu mudah; ada lelah, air mata, keraguan, dan berbagai hal yang harus dilewati hingga akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Di balik pencapaian ini, ada doa yang tidak pernah putus, kasih sayang, dukungan, serta orang-orang baik yang selalu hadir dan memberikan kekuatan di setiap langkah saya. Karena itu, dengan penuh rasa syukur dan ketulusan hati, karya sederhana ini saya persembahkan kepada:

1. Mamak Tercinta, Mama Aniah. Terima kasih untuk setiap doa yang tak pernah saya dengar, tetapi selalu saya rasakan sebagai kekuatan, untuk setiap pengorbanan, kekhawatiran, dan air mata yang disimpan demi melihat saya baik-baik saja. Maaf jika perjalanan ini terkadang membuat Mama khawatir dan belum mampu memberikan apa yang Mama harapkan. Saya tahu, tidak ada pencapaian yang mampu membalas seluruh cinta dan pengorbanan Mama. Ma, jika hari ini saya sampai di titik ini, sesungguhnya saya tidak pernah berjalan sendirian. Ada doa Mama di setiap langkah saya, dan ada cinta Mama yang selalu menjadi alasan untuk terus bertahan. Semoga gelar ini menjadi hadiah kecil untuk perempuan yang telah memberikan segalanya tanpa pernah meminta balasan. Terima kasih, Ma, untuk segala hal yang tidak akan pernah mampu saya balas dengan apa pun.
2. Alm. Abah Abdullah. Abah yang kini hanya dapat saya temui melalui doa dan kenangan. Meski Abah tidak lagi dapat menyaksikan perjalanan ini hingga selesai, kasih sayang dan kebaikan Abah akan selalu tinggal di hati saya. Ada begitu banyak cerita yang ingin saya sampaikan, tentang lelah yang pernah saya rasakan, air mata yang pernah jatuh, perjuangan yang tidak selalu mudah, hingga akhirnya saya berhasil sampai di titik ini. Bah, akhirnya saya sampai juga. Seandainya Abah masih ada, mungkin hari ini saya hanya ingin melihat senyum Abah dan mendengar Abah berkata bahwa Abah bangga kepada saya. Kini, yang

dapat saya lakukan hanyalah mengirimkan rindu melalui doa. Semoga setiap doa yang saya panjatkan menjadi bentuk cinta yang tetap sampai kepada Abah. Semoga Allah SWT mengampuni segala dosa Abah, menerima amal kebaikannya, melapangkan dan menerangi kuburnya, serta menempatkan Abah di tempat terbaik di sisi-Nya.

Al-Fatihah untuk Alm. Abah Abdullah Bin Ahmad Sayuti

3. Keluarga Tercinta, terima kasih karena selalu menjadi tempat untuk kembali ketika kehidupan terasa terlalu berat. Terima kasih untuk doa, perhatian, dukungan, nasihat, dan kasih sayang yang diberikan sepanjang perjalanan saya. Mungkin saya tidak selalu pandai mengungkapkan rasa sayang dan terima kasih, tetapi percayalah, keberadaan kalian memiliki tempat yang sangat besar dalam setiap pencapaian saya. Apa yang saya raih hari ini tidak hanya lahir dari usaha saya sendiri, tetapi juga dari kekuatan yang kalian berikan kepada saya.
4. M. Reifaldi, Terima kasih telah hadir dan menemani perjalanan saya, dari awal ketika saya mulai mendaftarkan diri hingga akhirnya sampai pada tahap kelulusan. Terima kasih karena telah menjadi saksi dari berbagai proses yang saya lalui, hingga akhirnya saya mampu menyelesaikan semuanya. Terima kasih telah menjadi tempat berbagi cerita, mendengarkan setiap keluh kesah, dan memberikan semangat ketika saya mulai kehilangan keyakinan pada diri sendiri. Suatu hari nanti, ketika saya mengenang kembali perjalanan menuju gelar ini, saya akan mengingat bahwa pernah ada seseorang yang menemani saya sejak langkah pertama hingga akhirnya sampai di garis akhir. Mungkin tidak semuanya mampu saya ungkapkan dengan kata-kata, tetapi semuanya akan selalu saya hargai. Ke mana pun kehidupan membawa kita setelah ini, saya akan tetap mengenangmu sebagai seseorang yang begitu berarti dalam salah satu perjalanan penting di hidup saya. Terima kasih telah hadir dan menjadi bagian dari cerita yang akan selalu saya simpan dalam ingatan.
5. Alesia Hafidza Andini, Sahabat dan Tempat Berbagi Cerita. Salah satu nama yang akan selalu memiliki tempat tersendiri dalam perjalanan perkuliahan saya. Terima kasih telah menjadi tempat berbagi cerita, keluh kesah, tawa, dan air mata. Telah menjadi seseorang yang selalu hadir ketika semuanya terasa berat, bahkan hanya untuk berkata, “Tidak apa-apa, kamu pasti bisa.” Terima kasih

telah menemani begitu banyak cerita, termasuk cerita-cerita yang mungkin berulang, dan tetap menjadi tempat yang nyaman untuk pulang dalam bentuk yang berbeda. Kelak ketika kita tidak lagi duduk di bangku yang sama dan kesibukan membawa kita ke jalan masing-masing, semoga semua yang pernah kita lalui tetap menjadi kenangan indah. Karena yang membuat masa kuliah begitu berarti bukan hanya tempatnya, tetapi orang-orang yang hadir di dalamnya. Dan kamu adalah salah satunya.

6. Teman-Teman Kampus. Terima kasih atas setiap kebersamaan yang telah mewarnai perjalanan selama kuliah, terimakasih untuk tawa, cerita, saling membantu, dan semangat yang kita bagikan di tengah kesibukan hingga proses menyelesaikan skripsi. Mungkin setelah ini langkah kita akan membawa ke arah yang berbeda dan waktu untuk bertemu tidak akan sesering dahulu. Namun, semua kenangan yang pernah kita lalui akan tetap menjadi bagian dari cerita yang berharga. Semoga suatu hari nanti, ketika kita dipertemukan kembali, kita dapat tersenyum dan mengenang bahwa kita pernah berjuang, tumbuh, dan melewati masa ini bersama. Terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan yang begitu berarti.
7. Bapak dan Ibu Dosen. Terima kasih kepada seluruh Bapak dan Ibu dosen atas ilmu, bimbingan, arahan, serta nasihat yang telah diberikan selama perjalanan pendidikan saya. Setiap masukan dan koreksi menjadi bagian berharga yang membantu saya belajar, berkembang, dan menyelesaikan proses ini dengan lebih baik. Semoga segala ilmu dan kebaikan yang telah diberikan menjadi amal jariyah serta terus memberikan manfaat bagi banyak orang.
8. Almamater Tercinta. Untuk Institut Teknologi dan Bisnis Diniyyah Lampung, tempat yang menjadi saksi dari salah satu perjalanan penting dalam hidup saya. Terima kasih telah menjadi ruang bagi saya untuk menuntut ilmu, berkembang, mengenal banyak orang, melewati berbagai tantangan, serta merasakan proses jatuh dan bangkit hingga sampai pada pencapaian ini. Di tempat ini saya memahami bahwa menjadi seorang sarjana bukan sekadar tentang meraih gelar, tetapi juga tentang belajar bertanggung jawab, menghadapi setiap proses dengan keberanian, dan terus melangkah meskipun jalan di depan belum selalu jelas.

9. Diri Saya Sendiri. Seseorang yang sering kali terlupakan untuk diberi apresiasi. Terima kasih karena sudah bertahan. Terima kasih karena tetap melangkah meskipun ada begitu banyak hari ketika rasanya ingin berhenti. Terima kasih karena tetap mencoba meskipun berkali-kali merasa tidak cukup baik. Terima kasih karena tetap menyelesaikan apa yang telah dimulai, bahkan ketika prosesnya jauh lebih berat daripada yang pernah dibayangkan. Tidak semua orang tahu berapa banyak air mata yang jatuh di balik selesainya skripsi ini. Tidak semua orang tahu berapa banyak rasa takut, kecewa, bingung, lelah, dan tekanan yang harus dilewati. Tetapi saya tahu, dan hari ini, saya ingin memberikan apresiasi kepada diri saya sendiri, “Terima kasih sudah bertahan sejauh ini. Terima kasih karena tidak menyerah. Ternyata kamu mampu melewati semuanya.” Skripsi ini bukan hanya bukti bahwa saya mampu menyelesaikan pendidikan, tetapi juga menjadi pengingat bahwa saya pernah berada di titik yang sangat lelah dan tetap memilih untuk melanjutkan perjalanan. Semoga setelah halaman terakhir skripsi ini, saya dapat memulai halaman baru dalam kehidupan dengan lebih berani, lebih kuat, dan lebih percaya kepada diri sendiri.

Terima kasih untuk semua yang pernah hadir, menetap, membantu, mendoakan, menemani, bahkan sekadar memberikan satu kalimat semangat di tengah perjalanan. Mungkin nama kalian tidak semuanya tertulis di halaman ini, tetapi kebaikan kalian akan selalu memiliki tempat dalam cerita perjalanan hidup saya. Dengan segala cinta, rasa syukur, dan kerendahan hati, karya sederhana ini saya persembahkan untuk kalian.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alamin, segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas rahmat, nikmat, pertolongan, dan kasih sayang-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Peningkatan Kepuasan Pelanggan Melalui Manajemen Pelayanan dan Kualitas Pelayanan pada PT Aero Travel Indonesia (Studi Kasus: Ketapang Pesawaran)". Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan pada Program Studi Manajemen Ritel, Institut Teknologi dan Bisnis Diniyyah Lampung. Proses penyusunan skripsi ini memberikan banyak pengalaman dan pembelajaran bagi penulis. Berbagai kendala dan tantangan dapat dilalui berkat doa, dukungan, serta bantuan dari berbagai pihak. Atas segala kebaikan tersebut, dengan penuh rasa syukur dan hormat, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Arsyad Sobby Kesuma, Lc., M.Ag., selaku Rektor Institut Teknologi dan Bisnis Diniyyah Lampung, atas kesempatan, fasilitas, dan dukungan yang diberikan selama penulis menempuh pendidikan.
2. Ibu Nanda Andreas Octavini, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Ritel, atas arahan dan dukungan selama masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi.
3. Bapak Rudi Kurniawan, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing Akademik, atas bimbingan, nasihat, dan perhatian yang diberikan selama proses pendidikan.
4. Bapak M.Azka Kesuma Wardhana, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Skripsi, yang dengan sabar telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan arahan, koreksi, serta masukan selama proses penyusunan skripsi.
5. PT Aero Travel Indonesia, yang telah memberikan izin, informasi, bantuan, dan kesempatan kepada penulis untuk melaksanakan penelitian serta mendukung proses pengumpulan data.
6. Kedua orang tua tercinta dan seluruh keluarga, atas doa, kasih sayang, dukungan, serta pengorbanan yang senantiasa menyertai setiap langkah penulis. Segala kebaikan yang diberikan menjadi kekuatan yang tidak ternilai dalam menyelesaikan perjalanan ini.

7. Sahabat dan rekan-rekan seperjuangan, atas kebersamaan, semangat, bantuan, dan cerita yang telah mewarnai perjalanan perkuliahan hingga proses penyelesaian skripsi. Semoga segala kenangan dan kebaikan yang terjalin tetap menjadi bagian indah dalam perjalanan masing-masing.
8. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah memberikan doa, bantuan, perhatian, dan dukungan selama proses penyelesaian skripsi ini. Penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya atas segala kebaikan yang telah diberikan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan. Oleh sebab itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan untuk penyempurnaan di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca, menambah wawasan mengenai manajemen pelayanan, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan, serta menjadi masukan bagi PT Aero Travel Indonesia dalam meningkatkan pelayanannya. Penulis juga memohon kepada Allah SWT agar segala doa, bantuan, dan kebaikan dari berbagai pihak mendapatkan balasan serta keberkahan. Bagi penulis, skripsi ini bukan sekadar karya ilmiah, tetapi menjadi bagian dari perjalanan yang penuh proses, perjuangan, dan dukungan dari orang-orang yang berarti. Semoga setiap langkah yang telah dilalui menjadi bekal untuk perjalanan selanjutnya dan membawa keberkahan di masa depan.

Pesawaran, ……..... 2026

Penulis,

KOYYIMAH

NIM. 2261201039

Koyyimah: Peningkatan Kepuasan Pelanggan Melalui Manajemen Pelayanan dan Kualitas Pelayanan pada PT Aero Travel Indonesia (Studi Kasus: Ketapang Pesawaran).

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi serta menganalisis pengaruh Manajemen Pelayanan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Aero Travel Indonesia yang berlokasi di Ketapang, Pesawaran. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data diperoleh melalui kuesioner yang diberikan kepada pelanggan sesuai dengan kriteria responden yang telah ditetapkan. Selanjutnya, data penelitian diolah dengan metode *Partial Least Squares-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) menggunakan aplikasi SmartPLS 4.

Analisis menunjukkan bahwa Manajemen Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, dengan original sample 0,522, T-statistics 5,334, dan P-values 0,000. Kualitas Pelayanan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, dengan original sample 0,224, T-statistics 2,203, dan P-values 0,028. Pada evaluasi model struktural, R-Square tercatat 0,454 dan Adjusted R-Square 0,443.

Dengan demikian, kedua variabel bebas mampu menerangkan 45,4% variasi Kepuasan Pelanggan, sementara 54,6% sisanya dipengaruhi faktor lain di luar model. Temuan ini menegaskan bahwa pengelolaan pelayanan yang tertata dan kualitas pelayanan yang sesuai kebutuhan pelanggan turut menentukan terbentuknya kepuasan. PT Aero Travel Indonesia dapat memakai hasil ini untuk mengevaluasi dan mengembangkan layanannya, terutama pada ketepatan waktu, kejelasan informasi, kecepatan menanggapi kebutuhan pelanggan, kondisi fasilitas, serta penanganan keluhan. Upaya tersebut dapat menjadi bagian dari langkah perbaikan pelayanan yang diarahkan untuk mendukung peningkatan kepuasan pelanggan secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Manajemen Pelayanan, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, PT Aero Travel Indonesia.

Koyyimah: *Improving Customer Satisfaction through Service Management and Service Quality at PT Aero Travel Indonesia (Case Study: Ketapang Pesawaran).*

ABSTRACT

This research is intended to determine and examine the influence of Service Management and Service Quality on Customer Satisfaction at PT Aero Travel Indonesia in Ketapang, Pesawaran. A quantitative approach with a survey method was adopted. The data came from questionnaires administered to customers who fit the respondent criteria established beforehand. After that, the research data were analyzed through Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) using the SmartPLS 4 *application.*

The results indicate that Service Management has a significant positive effect on Customer Satisfaction, with an original sample of 0.522*, T-statistics of* 5.334*, and P-values of* 0.000*. Service Quality likewise has a significant positive effect on Customer Satisfaction, with an original sample of* 0.224*, T-statistics of* 2.203*, and P-values of* 0.028*. In the structural model evaluation, the R-Square stood at* 0.454 *and the Adjusted R-Square at* 0.443*.*

Accordingly, the two independent variables jointly account for 45.4% *of the variation in Customer Satisfaction, whereas the remaining* 54.6% *is influenced by other factors outside the model. These findings affirm that orderly service management, together with service quality that fits customers' needs, also helps determine how satisfaction is formed. PT Aero Travel Indonesia can draw on these results to evaluate and improve its services, particularly regarding punctuality, clarity of information, responsiveness to customers' needs, the condition of facilities, and the handling of complaints. Such efforts may form part of service improvement measures aimed at supporting a continuous rise in customer satisfaction*

Keywords: *Service Management, Service Quality, Customer Satisfaction, PT Aero Travel Indonesia.*

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS ……... iii
HALAMAN PERSETUJUAN ..……. iv
HALAMAN PENGESAHAN …….……. v
MOTTO ……... vi
PERSEMBAHAN ……... vii
KATA PENGANTAR …… xi
ABSTRAK xiii
***ABSTRACT* ..... *xi*v**
DAFTAR ISI…….. xv
DAFTAR TABEL xviii
DAFTAR GAMBAR..... xix
BAB 1 PENDAHULUAN..... 1
1.1. Latar Belakang Masalah 1
1.2. Identifikasi Masalah.....3
1.3. Rumusan Masalah.....3
1.4. Batasan Masalah 3
1.5. Tujuan Penelitian 4
1.6. Manfaat Penelitian 4
1.6.1 Manfaat Untuk Peneliti 4
1.6.2 Manfaat Bagi PT Aero Travel Indonesia 4
1.6.3 Manfaat bagi Masyarakat.....5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... 6
2.1 Kajian Teori 6
2.1.1 Manajemen Pelayanan (X_1).....8
2.1.2 Kualitas Pelayanan (X_2) 10
2.1.3 Kepuasan Pelanggan (Y).....12
2.2 Penelitian Terdahulu 15
2.2.1 Analisis Penelitian Terdahulu 18
2.2.2 Kesenjangan Penelitian *(Research Gap)*.....18
2.3 Kerangka Pemikiran.....19

2.4 Hipotesis Penelitian 21
BAB III METODE PENELITIAN..... 23
3.1 Jenis Penelitian 23
3.2 Waktu Dan Tempat Penelitian 24
3.2.1 Jadwal Penelitian 25
3.3 Populasi Dan Sampel 25
3.3.1 Populasi 25
3.3.2 Sampel 26
3.4 Devinisi Operasional Variabel 26
3.4.1 Manajemen Pelayanan (X_1) 27
3.4.2 Kualitas Pelayanan (X_2) 28
3.4.3 Kepuasan Pelanggan (Y) 30
3.4.4 Skala Pengukuran 31
3.4.5 Ringkasan Operasional Variabel 31
3.4.6 Kisi Kisi Instrumen Penelitian 33
3.5 Teknik Pengumpulan Data 36
3.5.1 Jenis Dan Sumber Data 36
3.5.2 Metode Pengumpulan Data 38
3.5.3 Prosedur Pengumpulan Data 40
3.6 Teknik Analisis Data 40
3.6.1 Pengujian Persyaratan Instrumen 41
3.6.2 Pengujian Persyaratan Analisis 42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 45
4.1 Gambaran Umum 45
4.1.1 Gambaran Umum PT Aero Travel Indonesia 45
4.1.2 Karakteristik Responden 46
4.2 Hasil Penelitian 45
4.2.1 Deskripsi Variabel Penelitian 48
4.2.2 Evaluasi Model Pengukuran *(Outer Model)* 48
4.2.3 Evaluasi Model Struktural *(Inner Model)* 54
4.2.4 Pengujian Hipotesis 56
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian 57
4.3.1 Pengaruh Manajemen Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan 58
4.3.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan 59

4.3.3 Pengaruh Manajemen Pelayanan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan 61
BAB V PENUTUP 64
5.1 Kesimpulan 64
5.2 Saran 65
5.3 Keterbatasan Penelitian.....67
DAFTAR PUSTAKA..... 69
LAMPIRAN.....74

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.……....16
Tabel 3.1 Skala Pengukuran.……..... 31
Tabel 3.2 Ringkasan Operasional Variabel …….……..... 32
Tabel 3.3 Kisi Kisi Instrumen Penelitian …….……... 33
Tabel 4.1 Berdasarkan Jenis Kelamin.....46
Tabel 4.2 Berdasarkan Usia …….....… 46
Tabel 4.3 Berdasarkan Terakhir Menggunakan Jasa ……..…. 47
Tabel 4.4 Berdasarkan Frekuensi Menggunakan Jasa …….……..... 47
Tabel 4.5 Hasil Pengujian *Outer Loading* ……..…..... 50
Tabel 4.6 Nilai *Average Variance Extracted* (Ave) ……..... 51
Tabel 4.7 Hasil Pengujian *Discriminant Validity* Berdasarkan HTMT…….. 52
Tabel 4.8 *Discriminant Validity-Fornell-Larcker Criterion*…….…….... 52
Tabel 4.9 *Cross Loading* …….……..……..……..... 53
Tabel 4.10 Hasil Pengujian Reliabilitas …….……..……..……... 54
Tabel 4.11 Nilai R-*Square* …….…..... 54
Tabel 4.12 Hasil Uji Kolinearitas …….……....55
Tabel 4.13 Nilai *Effect Size* (F^2) …….……...….56
Tabel 4.14 Hasil Pengujian Hipotesis …….……... 57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran 20
Gambar 4.1 Model Struktural PLS-SEM 49
Gambar 4.2 Model Akhir PLS-SEM 50

BAB 1
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Sektor jasa transportasi dan travel di Indonesia terus tumbuh seiring meningkatnya mobilitas penduduk dan bergesernya pola konsumsi ke arah pengalaman perjalanan yang lebih bermutu (Zeithaml, Bitner, dan Gremler, 2018). Gaya hidup yang makin dinamis, dengan aktivitas ekonomi, pendidikan, dan pariwisata yang padat, mendorong permintaan akan jasa travel yang fleksibel, mudah diakses, dan hemat waktu sehingga perjalanan terasa memuaskan. Akibatnya, persaingan antarperusahaan travel kian ketat, terutama dalam hal kelenturan waktu dan kemudahan layanan point to point, dan setiap perusahaan dituntut mengelola pelayanan secara profesional, sistematis, serta berorientasi pada kepuasan pelanggan. Perusahaan tidak bisa lagi hanya bertumpu pada harga, melainkan juga harus memperhatikan mutu layanan dan efektivitas manajemen operasional (Wirtz dan Lovelock, 2022).

Menurut Kotler dan Keller (2016), pelanggan akan puas apabila kinerja layanan yang dirasakannya menyamai atau melebihi apa yang ia harapkan. Tjiptono (2019) menambahkan sudut pandang lain: mutu pelayanan lahir ketika perusahaan berupaya memenuhi kebutuhan konsumen lewat sistem manajemen yang efektif dan terpadu. Untuk mengukur mutu pelayanan, studi ini menggunakan SERVQUAL *(Service Quality)* yang dikembangkan Parasuraman et al. (1988), yakni model yang menilai jarak *(gap)* antara ekspektasi dan persepsi pelanggan atas layanan yang mereka peroleh.

Kotler & Keller (2016) menyebutkan lima dimensi utama pengukur kualitas pelayanan, yaitu *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati), dan *tangibles* (bukti fisik). Kelimanya menggambarkan kualitas pelayanan yang dialami langsung oleh pelanggan *(front stage service)*. Namun, kualitas yang dirasakan pelanggan tidak terlepas dari peran manajemen pelayanan sebagai sistem penopang di balik operasional *(back stage system).* Manajemen pelayanan meliputi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian seluruh

aktivitas pelayanan, mulai dari sistem pemesanan, pengaturan jadwal, dan komunikasi dengan pelanggan sampai penanganan keluhan.

Dengan kata lain, manajemen pelayanan (X_1) merupakan sistem pengelolaan internal yang mendukung konsistensi pelayanan, sedangkan kualitas pelayanan (X_2) merupakan bentuk pelayanan yang dirasakan secara langsung oleh pelanggan. PT Aero Travel Indonesia merupakan perusahaan jasa transportasi yang beroperasi diwilayah Ketapang, Pesawaran dengan fokus layanan pada travel wisata lokal menuju destinasi unggulan seperti, Pulau Pahawang dan Pulau Wayang, serta layanan perjalanan *overland* keberbagai daerah. Lokasi operasional yang strategis menjadikan perusahaan ini sebagai salah satu penghubung utama mobilitas wisatawan diwilayah tersebut. Karakteristik layanan berbasis wisata menyebabkan tingkat ekspektasi pelanggan menjadi lebih tinggi, terutama dalam aspek ketepatan waktu keberangkatan, kenyamanan fasilitas kendaraan, kejelasan informasi, serta kualitas pengalaman perjalanan keseluruhan.

Situasi tersebut menuntut perusahaan mengelola manajemen dan kualitas pelayanan sebaik mungkin. Observasi awal menemukan sejumlah masalah yang menandakan keduanya belum optimal, yaitu armada yang berangkat terlambat, informasi kepada pelanggan yang kurang jelas, fasilitas kendaraan yang belum seragam, dan keluhan yang lambat ditanggapi. Masalah-masalah itu memperlihatkan adanya kesenjangan (*service gap*) antara harapan pelanggan dan layanan yang diterima. Bila dibiarkan, kondisi ini dapat menurunkan kepuasan dan persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan perusahaan.

Pada era digital, kesan buruk dapat cepat menyebar melalui ulasan publik dan merugikan citra serta daya saing perusahaan. Studi tentang kualitas pelayanan sudah banyak, tetapi yang meneliti kualitas dan manajemen pelayanan secara bersamaan pada travel wisata lokal, terutama di Ketapang, Pesawaran, masih jarang. Karena itu, penelitian ini diperlukan untuk menghadirkan gambaran empiris tentang kaitan kedua variabel tersebut dengan kepuasan pelanggan, dan diberi judul: “Peningkatan Kepuasan Pelanggan

Melalui Manajemen Pelayanan Dan Kualitas Pelayanan Pada PT Aero Travel Indonesia (Studi Kasus: Ketapang Pesawaran)".

1.2. Identifikasi Masalah

Dari latar belakang di atas, permasalahan yang dapat diidentifikasi adalah sebagai berikut:

1. Manajemen pelayanan belum berjalan secara optimal dan konsisten dalam pelaksanaan operasional pelayanan.
2. Kualitas pelayanan yang diberikan masih belum maksimal, terutama pada aspek ketepatan waktu, daya tanggap, dan fasilitas fisik.
3. Data kuantitatif tentang dampak manajemen pelayanan dan kualitas pelayanan pada kepuasan pelanggan belum tersedia.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah tersebut, pertanyaan penelitian dirumuskan sebagai berikut:

1. Adakah pengaruh manajemen pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di PT Aero Travel Indonesia, Ketapang, Pesawaran?
2. Adakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di PT Aero Travel Indonesia, Ketapang, Pesawaran?

1.4. Batasan Masalah

Untuk memastikan penelitian ini berjalan secara terarah, fokus dan *sistematis*, maka batasan masalah dalam penelitian diterapkan sebagai berikut:

1. Lokasi penelitian difokuskan pada PT Aero Travel Indonesia di Ketapang, Pesawaran.
2. Responden adalah pengguna jasa yang telah menggunakan layanan dalam kurun waktu 6 bulan terakhir.
3. Variabel yang dikaji dalam penelitian ini meliputi:
   a. X_1: Manajemen pelayanan sebagai variabel bebas pertama
   b. X_2: Kualitas pelayanan sebagai variabel bebas kedua (SERVQUAL)
   c. Y: Kepuasan pelanggan sebagai variabel terikat

4. Studi ini menggunakan pendekatan kuantitatif: kuesioner sebagai alat pengumpul data dan PLS-SEM berbantuan SmartPLS sebagai alat analisis, untuk mengetahui dampak manajemen pelayanan serta kualitas pelayanan bagi kepuasan pelanggan.

1.5. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh manajemen pelayanan (X_1) terhadap kepuasan pelanggan (Y).
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y).

1.6. Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Untuk Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan serta pemahaman mendalam bagi peneliti mengenai manajemen pelayanan jasa travel, khususnya dalam penerapan *Service Quality (SERVQUAL)*. Selain itu, studi ini menjadi sarana untuk melatih kemampuan dalam merancang instrumen penelitian, melakukan pengumpulan data lapangan, serta mengasah keterampilan analisis kuantitatif mengguakan metode ilmiah. Melalui penelitian ini, peneliti dapat menghubungkan teori-teori manajemen yang telah dipelajari dengan kondisi nyata diindustri transportasi, sehingga memperkuat kompetensi akademik dan profesional dimasa depan.

1.6.2 Manfaat Bagi PT Aero Travel Indonesia

Bagi perusahaan, temuan penelitian ini dapat menjadi masukan strategis sekaligus evaluasi objektif atas kinerja pelayanan saat ini, terutama pada dimensi keandalan, daya tanggap, dan bukti fisik. Data empirisnya diharapkan membantu manajemen menyusun strategi perbaikan layanan dan Standar Operasional Prosedur (SOP) yang lebih efektif untuk menaikkan kepuasan dan loyalitas pelanggan, sehingga

citra positif dan daya saing perusahaan di wilayah Ketapang, Pesawaran semakin kuat.

1.6.3 Manfaat bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan turut mendorong peningkatan mutu layanan transportasi pada umumnya, terutama di sektor travel wisata. Jika penyedia jasa membenahi sistem pelayanannya, masyarakat luas dapat menikmati layanan transportasi yang lebih aman, nyaman, dan terstandar.

BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Teori

Landasan teori utama (*grand theory*) penelitian ini adalah *Expectancy Disconfirmation Theory (EDT)* yang dikemukakan Richard L. Oliver (1980). Menurut teori ini, kepuasan terbentuk lewat penilaian setelah pelanggan membandingkan harapannya sebelum memakai produk atau jasa dengan kinerja yang benar-benar ia alami. Di bidang pemasaran jasa, EDT sering dipakai untuk menerangkan bagaimana pengalaman selama menerima layanan memengaruhi kepuasan pelanggan terhadap perusahaan. Oliver (1980) menyebut bahwa setiap pelanggan membawa harapan (*expectation*) sebelum menentukan pilihan atas suatu produk atau jasa. Harapan tersebut merupakan gambaran mengenai kualitas pelayanan yang ingin diperoleh pelanggan dan dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti pengalaman penggunaan sebelumnya, rekomendasi dari keluarga atau teman, informasi yang diterima melalui berbagai media, kegiatan promosi perusahaan, maupun citra perusahaan dimata masyarakat.

Ekspektasi itu lalu menjadi tolak ukur bagi pelanggan dalam menilai kualitas layanan yang ia terima. Setelah dilayani, pelanggan menilai pengalamannya selama memakai jasa. Penilaian ini disebut *perceived performance*, yakni persepsi pelanggan atas kinerja layanan yang sebenarnya diterima. Pelanggan kemudian membandingkan kinerja tersebut dengan ekspektasi awalnya. Hasil pembandingan ini disebut disconfirmation, yaitu keadaan yang menunjukkan apakah layanan memenuhi, melebihi, atau berada di bawah ekspektasi pelanggan (Oliver, 1980).

Dalam *Expectancy Disconfirmation Theory (EDT)*, Oliver (1980) menjelaskan bahwa hasil evaluasi pelanggan dapat menghasilkan tiga kondisi. Kondisi pertama adalah *positive disconfirmation*, yaitu ketika kinerja pelayanan yang diterima lebih baik dibandingkan harapan pelanggan sehingga menimbulkan tingkat kepuasan yang tinggi. Kondisi kedua ialah *confirmation*: pelayanan sesuai harapan sehingga pelanggan puas karena ekspektasinya

terpenuhi. Kondisi ketiga ialah *negative disconfirmation*: layanan gagal memenuhi harapan, sehingga pelanggan kecewa dan tidak puas. Karena itu, kepuasan sangat bergantung pada seberapa cocok harapan pelanggan dengan layanan yang ia rasakan (Oliver, 1980).

Oliver (1980) menjelaskan lebih jauh bahwa kepuasan tidak hanya dipengaruhi hasil akhir layanan, tetapi juga seluruh pengalaman pelanggan selama berinteraksi dengan perusahaan, yaitu mulai dari kemudahan mencari informasi, proses pemesanan, kecepatan layanan, dan kesigapan karyawan mencarikan solusi sampai penanganan keluhan dan layanan purnatransaksi. Bila pengalaman pada setiap tahap terasa baik, pelanggan lebih mungkin menilai perusahaan secara positif. Teori ini relevan bagi PT Aero Travel Indonesia sebab keberhasilan perusahaan jasa transportasi sangat ditentukan oleh kepuasan pelanggannya.

Sebelum menggunakan jasa travel, pelanggan umumnya telah memiliki harapan tertentu mengenai kualitas pelayanan yang akan diterima, seperti kemudahan dalam melakukan pemesanan, ketepatan waktu keberangkatan, kenyamanan kendaraan, keamanan selama perjalanan, serta keramahan dan profesionalisme karyawan. Sesudah layanan selesai, pelanggan membandingkan apa yang ia terima dengan harapan awalnya, dan hasil perbandingan itu menentukan tingkat kepuasannya. Jika layanan sesuai atau melampaui harapan, penilaian terhadap perusahaan cenderung positif dan kepuasan meningkat. Jika layanan di bawah harapan, penilaian menjadi negatif dan kepuasan menurun.

Jadi, kepuasan pelanggan adalah hasil penilaian atas pengalaman pelayanan selama memakai jasa perusahaan (Oliver, 1980). Penelitian ini memaknai manajemen pelayanan sebagai proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, pengendalian, dan evaluasi seluruh aktivitas pelayanan agar berjalan efektif dan efisien. Pengelolaan yang baik membentuk sistem pelayanan yang terstruktur, sehingga perusahaan dapat melayani pelanggan secara konsisten dan pengalaman pelanggan cenderung positif. Adapun kualitas pelayanan adalah persepsi pelanggan terhadap mutu layanan yang

mereka terima, yang mencakup keandalan, daya tanggap karyawan, jaminan, empati, dan kondisi fasilitas perusahaan.

Bila kualitas pelayanan sejalan dengan harapan pelanggan, kemungkinan lahirnya kepuasan pun makin besar. Menurut *Expectancy Disconfirmation Theory* (EDT*)*, manajemen pelayanan yang efektif mendorong kualitas pelayanan yang lebih baik, dan kualitas itu selanjutnya membentuk persepsi pelanggan terhadap kinerja perusahaan. Apabila layanan yang diterima memenuhi atau melebihi harapan, terjadilah *positive disconfirmation* yang menumbuhkan kepuasan pelanggan. Sebaliknya, layanan yang tidak sesuai harapan memunculkan *negative disconfirmation* dan membuat pelanggan tidak puas terhadap perusahaan (Oliver, 1980).

Atas dasar itu, *Expectancy Disconfirmation Theory* (EDT) dipilih sebagai *grand theory*, sebab mampu menerangkan proses terbentuknya kepuasan dari perbandingan antara harapan sebelum memakai jasa dan pengalaman sesudahnya. Bagi PT Aero Travel Indonesia, teori ini menjadi pijakan konseptual bahwa pelayanan yang dikelola baik dan bermutu tinggi memperbesar peluang perusahaan memenuhi harapan pelanggan sehingga kepuasan tercapai (Oliver, 1980).

2.1.1 Manajemen Pelayanan (X_1)

Manajemen pelayanan penting bagi perusahaan jasa karena menyangkut kemampuan mengelola semua aktivitas pelayanan kepada pelanggan. Menurut Ratminto dan Winarsih (2018), pengelolaan yang sistematis membantu perusahaan melayani secara efektif, efisien, dan sesuai kebutuhan pelanggan. Pada perusahaan jasa, keberhasilan tidak hanya diukur dari hasil layanan, tetapi juga dari cara layanan itu direncanakan, dijalankan, diawasi, dan terus dibenahi. Itulah sebabnya manajemen pelayanan yang baik menjadi cara perusahaan meningkatkan kualitas layanan sekaligus membangun kepuasan pelanggan.

Ratminto dan Atik Septi Winarsih (2018) mendefinisikan manajemen pelayanan sebagai proses mengelola kegiatan pelayanan melalui fungsi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan

pengendalian agar tujuan pelayanan tercapai secara efektif dan efisien. Definisi ini berarti layanan berkualitas baru dapat terwujud bila semua fungsi manajemen dijalankan secara terstruktur di setiap aktivitas pelayanan. Moenir (2016) memiliki sudut pandang berbeda: baginya manajemen pelayanan adalah rangkaian kegiatan organisasi dalam menyelenggarakan pelayanan dengan sistem kerja yang tertata, terkoordinasi, dan berkelanjutan. Ia menilai keberhasilan pelayanan ditentukan oleh kemampuan sumber daya manusia, kejelasan prosedur, koordinasi antarbagian, serta ketersediaan sarana dan prasarana pendukung.

Tjiptono (2019) memandang manajemen pelayanan sebagai upaya perusahaan mengelola seluruh sumber dayanya untuk menghasilkan layanan yang bernilai bagi pelanggan. Pengelolaan yang baik membuat layanan sejalan dengan harapan, menumbuhkan kepercayaan, dan membina hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Lovelock dan Wirtz (2022) mengartikannya sebagai proses merancang, mengoordinasikan, mengendalikan, dan menyempurnakan sistem pelayanan secara berkelanjutan agar pengalaman pelanggan tetap konsisten. Dengan kata lain, perusahaan tidak cukup menyediakan layanan yang baik, tetapi juga perlu menjaga mutunya dari waktu ke waktu.

Berdasarkan berbagai pendapat para ahli, peneliti menyimpulkan bahwa manajemen pelayanan adalah proses pengelolaan seluruh aktivitas pelayanan yang dilakukan secara terencana melalui fungsi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, pengawasan, dan evaluasi guna memastikan pelayanan berlangsung secara efektif, efisien, serta mampu memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Dalam penelitian ini, manajemen pelayanan dipahami sebagai kemampuan PT Aero Travel Indonesia dalam mengelola seluruh proses pelayanan, mulai dari proses pemesanan, pemberian informasi, pelaksanaan perjalanan, hingga penyelesaian keluhan pelanggan. Semakin baik pengelolaan pelayanan yang dilakukan perusahaan, semakin besar peluang perusahaan

memberikan pelayanan yang berkualitas sehingga kepuasan pelanggan dapat meningkat.

Indikator manajemen pelayanan pada penelitian ini disusun dari fungsi manajemen pelayanan menurut Ratminto dan Atik Septi Winarsih (2018), terutama perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian, lalu disesuaikan dengan ciri kegiatan pelayanan di PT Aero Travel Indonesia. Indikator yang dipakai adalah:

1. Perencanaan pelayanan, yaitu kemampuan perusahaan dalam menyusun standar pelayanan, jadwal operasional, serta prosedur pelayanan sebagai pedoman dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.
2. Pengorganisasian pelayanan, yaitu kemampuan perusahaan mengatur pembagian tugas, tanggung jawab, dan koordinasi antarpegawai agar seluruh proses pelayanan dapat berjalan secara efektif.
3. Pelaksanaan pelayanan, yaitu kemampuan perusahaan melaksanakan pelayanan sesuai dengan standar operasional yang telah ditetapkan sehingga pelanggan memperoleh pelayanan yang cepat, tepat, dan konsisten.
4. Pengawasan pelayanan, yaitu kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk memantau, menilai, dan mengevaluasi pelaksanaan pelayanan guna memastikan seluruh pelayanan berjalan sesuai dengan standar yang berlaku.
5. Sistem operasional pelayanan adalah sistem yang menopang kelancaran proses layanan, termasuk kemudahan memesan, mendapat informasi, dan menjalani proses layanan lainnya, sehingga pelanggan dapat dilayani secara optimal.

2.1.2 Kualitas Pelayanan (X_2)

Bagi perusahaan jasa, kualitas pelayanan sangat menentukan kemampuan mempertahankan pelanggan dan menciptakan kepuasan. Di industri jasa, pelanggan menilai tidak hanya hasil, tetapi juga seluruh proses dari awal hingga akhir (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988),

sehingga perusahaan harus memastikan setiap layanannya sesuai kebutuhan dan harapan pelanggan. Semakin baik mutu yang dirasakan, semakin besar peluang pelanggan merasa puas dan tetap memakai jasa perusahaan. Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988), kualitas pelayanan adalah hasil pertimbangan pelanggan mengenai seberapa unggul suatu layanan, yang muncul dari selisih antara ekspektasi awal dan pengalaman nyata setelah layanan diterima. Berangkat dari gagasan itu, ketiganya merumuskan SERVQUAL, yaitu alat ukur yang menilai kualitas pelayanan melalui lima dimensi: bukti fisik *(tangibles)*, keandalan *(reliability)*, daya tanggap *(responsiveness)*, jaminan *(assuranc*e), dan empati *(empathy)*.

Hingga kini kelima dimensi tersebut tetap banyak dijadikan acuan dalam studi kualitas pelayanan. Kotler dan Keller (2016) memiliki pandangan yang searah, yakni bahwa kualitas pelayanan tercermin dari kesanggupan perusahaan menyajikan layanan yang setidaknya sepadan dengan, atau bahkan melebihi, ekspektasi pelanggan. Pelanggan menilai baik bila layanan yang diterima sesuai dengan janji perusahaan, dan cenderung menilai kurang baik bila layanan tidak sesuai harapan. Tjiptono (2019) menyatakan kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan layanan yang secara konsisten memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Penilaian kualitas pun tidak hanya bergantung pada hasil layanan, tetapi juga pada pengalaman pelanggan selama berinteraksi dengan perusahaan. Kualitas pelayanan sebaiknya dipandang sebagai proses menyeluruh, dari tahap awal hingga layanan selesai. Lovelock dan Wirtz (2022) menyebutnya sebagai kemampuan perusahaan menciptakan pengalaman layanan yang bernilai melalui sistem yang dirancang baik, didukung SDM yang kompeten, dan berorientasi pada kebutuhan pelanggan. Perusahaan perlu terus mengevaluasi dan memperbaiki layanannya agar mutu tetap terjaga dan sanggup mengikuti perubahan harapan pelanggan.

Dari berbagai pendapat itu tampak kesamaan pandangan bahwa kualitas pelayanan berkaitan dengan kemampuan perusahaan memenuhi harapan pelanggan melalui layanan yang diberikan. Kualitas pelayanan dinilai bukan hanya dari hasil akhir yang diterima pelanggan, melainkan dari seluruh proses selama memakai jasa. Meski demikian, penekanan tiap ahli berbeda. Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988) bertumpu pada kesenjangan antara harapan dan persepsi sebagai dasar penilaian.

Kotler dan Keller (2016) menekankan kesanggupan perusahaan memenuhi atau melampaui harapan. Tjiptono (2019) menegaskan bahwa keunggulan layanan harus dipertahankan secara konsisten, sementara Lovelock dan Wirtz (2022) mengedepankan pengelolaan sistem pelayanan yang berkelanjutan untuk menghasilkan pengalaman pelanggan yang positif. Dari uraian itu, peneliti menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah kesanggupan perusahaan melayani sesuai kebutuhan dan harapan pelanggan lewat proses yang andal dan cepat, menumbuhkan rasa aman, menunjukkan kepedulian, serta ditunjang fasilitas yang memadai, sehingga kepuasan pelanggan terwujud. Dalam penelitian ini, kualitas pelayanan berarti persepsi pelanggan atas mutu layanan PT Aero Travel Indonesia, dari pemesanan, penyampaian informasi, dan pelayanan selama perjalanan sampai penanganan keluhan.

Semakin baik kualitas yang diterima, semakin besar peluang perusahaan memenuhi harapan pelanggan dan semakin tinggi pula kepuasannya.

2.1.3 Kepuasan Pelanggan (Y)

Kepuasan pelanggan menjadi salah satu tolok ukur keberhasilan perusahaan dalam melayani konsumennya. Pada industri jasa, kepuasan penting karena memperlihatkan sejauh mana layanan memenuhi kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan (Oliver, 1980). Pelanggan yang pengalamannya memuaskan biasanya menilai perusahaan dengan baik, cenderung memakai jasa yang sama lagi, dan mau merekomendasikannya kepada orang lain. Sebaliknya, layanan yang

tidak sesuai harapan dapat membuat pelanggan kecewa dan beralih ke perusahaan lain.

Menurut Oliver (1980), kepuasan pelanggan merupakan hasil evaluasi yang terbentuk dari perbandingan antara ekspektasi sebelum memakai produk atau jasa dan kinerja layanan yang benar-benar dialami. Layanan yang memenuhi atau melebihi ekspektasi menimbulkan kepuasan, sedangkan kinerja di bawah ekspektasi menimbulkan ketidakpuasan. Inilah gagasan dasar *Expectancy Disconfirmation Theory* (EDT): kepuasan ditentukan oleh sejauh mana ekspektasi awal sejalan dengan pengalaman layanan. Pandangan tersebut diperkuat oleh Kotler dan Keller (2016) yang mengartikan kepuasan pelanggan sebagai rasa senang atau kecewa setelah pelanggan membandingkan kinerja produk atau jasa dengan ekspektasinya.

Semakin perusahaan mampu memenuhi atau melampaui ekspektasi, semakin tinggi kepuasan yang timbul. Sementara itu, Tjiptono (2019) memaknai kepuasan sebagai tanggapan pelanggan setelah menilai seluruh pengalamannya memakai produk atau jasa. Penilaian ini tidak terbatas pada hasil akhir, melainkan mencakup semua tahap, dari pencarian informasi, transaksi, dan penerimaan layanan sampai penanganan keluhan jika terjadi masalah. Lovelock dan Wirtz (2022) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai penilaian menyeluruh atas pengalaman pelanggan saat berinteraksi dengan perusahaan.

Kepuasan terbentuk jika perusahaan menghadirkan pengalaman layanan yang bernilai, konsisten, dan sesuai kebutuhan serta harapan. Para ahli tersebut pada dasarnya sepakat bahwa kepuasan muncul dari evaluasi layanan yang telah dibandingkan dengan harapan, layanan yang memenuhi atau melampaui harapan mendorong penilaian positif terhadap perusahaan. Walaupun sepaham pada intinya, para ahli menekankan hal yang berbeda. Oliver (1980) mengutamakan proses membandingkan harapan dengan kinerja layanan sebagai dasar kepuasan. Kotler dan Keller (2016) melihat kepuasan sebagai reaksi emosional yang muncul setelah pelanggan menilai layanan. Tjiptono

(2019) menyoroti pengaruh seluruh pengalaman selama memakai jasa, sementara Lovelock dan Wirtz (2022) memandangnya sebagai buah dari pengalaman layanan bernilai yang dikelola konsisten oleh perusahaan.

Karena itu, kepuasan pelanggan ditentukan bukan semata oleh hasil layanan, tetapi juga oleh mutu proses selama pelanggan berinteraksi dengan perusahaan. Dari pendapat-pendapat tersebut, peneliti menarik kesimpulan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan atau penilaian yang timbul sesudah pelanggan membandingkan ekspektasinya sebelum memakai jasa dengan layanan yang sungguh ia terima. Kepuasan tercapai bila layanan memenuhi atau melebihi ekspektasi, sedangkan layanan yang kurang dari ekspektasi menimbulkan ketidakpuasan. Pada penelitian ini, kepuasan pelanggan dipahami sebagai tingkat kepuasan atas layanan PT Aero Travel Indonesia, yang meliputi kemudahan pemesanan, kejelasan informasi, ketepatan waktu berangkat, kenyamanan perjalanan, sikap dan profesionalisme karyawan, serta kemampuan perusahaan menangani keluhan.

Tingkat kepuasan itu dipengaruhi oleh efektivitas manajemen pelayanan dan kualitas pelayanan perusahaan. Indikator kepuasan pelanggan dalam penelitian ini merujuk pada konsep Kotler dan Keller (2016). Indikator tersebut dipilih karena dianggap cocok untuk mengukur kepuasan pelanggan pada perusahaan jasa, termasuk PT Aero Travel Indonesia. Indikator yang dipakai adalah sebagai berikut.

1. Kesesuaian Harapan

   Kesesuaian harapan menunjukkan seberapa cocok layanan yang diterima pelanggan dengan ekspektasi mereka sebelum memakai jasa. Makin cocok layanannya dengan harapan, makin tinggi kepuasan yang dirasakan.

2. Minat Menggunakan Kembali

   Minat menggunakan kembali mencerminkan keinginan pelanggan memakai jasa perusahaan lagi setelah mengalami pelayanan yang memuaskan. Pelanggan yang puas cenderung setia dan memilih jasa perusahaan pada kesempatan berikutnya.

3. Kesediaan Merekomendasikan

Kesediaan merekomendasikan berarti pelanggan mau membagikan pengalaman positifnya dan menyarankan jasa perusahaan kepada keluarga, teman, atau orang lain. Sikap ini mencerminkan kepercayaan pelanggan terhadap mutu pelayanan yang diterima.

Ketiga indikator tersebut menjadi patokan dalam mengukur kepuasan pelanggan atas layanan PT Aero Travel Indonesia; penilaian yang lebih tinggi pada setiap indikator berarti kepuasan pelanggan yang lebih tinggi pula. Kepuasan dalam penelitian ini dijelaskan melalui *Expectancy Disconfirmation Theory* (EDT) dari Oliver (1980), yang melihat kepuasan sebagai hasil perbandingan antara ekspektasi sebelum memakai jasa dan kinerja layanan yang benar-benar dirasakan. Manajemen pelayanan berfungsi mengatur seluruh alur pelayanan agar efektif dan efisien, sementara kualitas pelayanan menggambarkan mutu layanan yang dialami langsung oleh pelanggan. Bila keduanya sanggup memenuhi atau melampaui ekspektasi, timbul *positive disconfirmation* yang melahirkan kepuasan. Sebaliknya, layanan yang berada di bawah ekspektasi memunculkan *negative disconfirmation* dan berujung pada ketidakpuasan. Karena itu, makin baik manajemen dan kualitas pelayanan PT Aero Travel Indonesia, makin besar pula peluang perusahaan membangun kepuasan pelanggan.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu dipakai sebagai rujukan untuk memperkokoh landasan penelitian sekaligus menemukan kesenjangan kajian tentang manajemen pelayanan, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan. Beberapa penelitian yang relevan dipaparkan berikut ini:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

NO	NAMA PENELITI DAN TAHUN	JUDUL PENELITIAN	HASIL PENELITIAN	METODE	GAP PENELITIAN
1.	Ryan Firdiansyah Suryawan, Yosi Pahala, Teguh Maianto, & Wenny Desty Febrian (2025)	*Enhancing Customer Loyalty Through Customer Satisfaction of Service Quality and Brand Image in Travel Companies*	Kualitas pelayanan dan citra merek memberikan pengaruh positif serta signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan terbukti berperan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan pada perusahaan travel.	Penelitian kuantitatif dengan pendekatan *Structural Equation Modeling* (SEM).	Pengaruh kualitas pelayanan dan citra merek terhadap kepuasan serta loyalitas pelanggan. Penelitian ini juga memasukkan variabel manajemen pelayanan sebagai variabel independen dan memfokuskan pada kepuasan pelanggan.
2.	Hamid, Husna Leila Yusran, Aliyah Bilkis, Daffa Aulia Fathurrahman , & Rapilau (2026)	Analisis Kualitas Pelayanan *Online Travel Agent* Menggunakan SERVQUAL pada Pengguna Traveloka di Jakarta	Dimensi SERVQUAL berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.	Penelitian kuantitatif SERVQUAL	Berfokus pada *online travel agent* dan belum menguji manajemen pelayanan.
3.	Nabilla Istighfarnissa, Ari Pradhanawati , & Bulan Prabawani (2022)	*Pengaruh E-Service Quality dan E-Trust terhadap E-Loyalty melalui E-Satisfaction*	*E-service quality* dan *e-trust* berpengaruh positif terhadap *e-satisfaction*.	Pendekatan kuantitatif dengan teknik *Path Analysis.*	Penelitian terdahulu berfokus pada pelayanan berbasis elektronik serta loyalitas pelanggan. Sedangkan

		pada Pengguna Traveloka			penelitian ini mengkaji pelayanan secara langsung.
4.	Richard L. Oliver (2014)	*Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer (2nd Edition)*	Kepuasan terbentuk dari perbandingan harapan dan kinerja pelayanan (*Expectancy Disconfirmation Theory*).	Kajian konseptual (Buku).	Buku ini menjadi landasan teori dalam penelitian, namun belum menguji secara empiris pengaruh manajemen pelayanan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada perusahaan jasa travel.
5.	Fandy Tjiptono (2019)	*Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*	Kualitas pelayanan berperan penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.	Kajian konseptual (Buku).	Pembahasan masih bersifat teoritis dan belum menguji hubungan antar variabel pada objek penelitian tertentu.
6.	I Nyoman Wahyu Adi Permana, Putu Ayu Aryasih, & Ida Bagus Putu Puja (2024)	*The Impact of Tour Guide Service Quality and Tourist Experience Towards Tourist Satisfaction in Discova Indonesia Tour and Travel*	Kualitas pelayanan pemandu wisata dan pengalaman wisatawan berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan.	Kuantitatif	Hanya menguji kualitas pelayanan pemandu wisata, belum mengkaji manajemen pelayanan secara menyeluruh.

2.2.1 Analisis Penelitian Terdahulu

Kajian atas penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kualitas pelayanan punya peran penting dalam membentuk kepuasan pelanggan pada perusahaan jasa. Banyak studi menemukan bahwa layanan yang lebih baik diikuti kepuasan yang lebih tinggi, sehingga kualitas pelayanan tampak berkaitan erat dengan penilaian pelanggan atas layanan perusahaan. Ada pula studi yang mengaitkan kepuasan pelanggan dengan variabel lain, seperti citra merek, *e-service quality, e-trust*, pengalaman wisatawan, dan loyalitas pelanggan. Temuan-temuan itu menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi berbagai aspek layanan, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Teori dari Oliver (1980), Parasuraman et al. (1988), dan Tjiptono (2019) pun menegaskan bahwa layanan yang dikelola baik dan sanggup memenuhi harapan pelanggan berdampak positif pada kepuasan. Namun, penelitian ini berbeda dari studi-studi sebelumnya, yang umumnya hanya membahas kualitas pelayanan atau memadukannya dengan variabel lain. Di sisi lain, kajian yang menguji manajemen pelayanan dan kualitas pelayanan secara bersamaan terhadap kepuasan pelanggan, terutama pada perusahaan jasa travel, jumlahnya masih terbatas. Oleh sebab itu, penelitian ini melanjutkan studi-studi sebelumnya dengan menguji dua variabel independen, yaitu manajemen pelayanan dan kualitas pelayanan, terhadap kepuasan pelanggan PT Aero Travel Indonesia di Ketapang, Pesawaran.

Hasilnya diharapkan memberi gambaran yang lebih utuh tentang faktor-faktor pembentuk kepuasan pelanggan, sekaligus menjadi bahan rujukan bagi perusahaan untuk membenahi pengelolaan pelayanan dan mutu layanannya.

2.2.2 Kesenjangan Penelitian *(Research Gap)*

Telaah atas penelitian terdahulu memperlihatkan bahwa kepuasan pelanggan pada perusahaan jasa sudah banyak dikaji, dan sebagian besar studi membuktikan pengaruh positif kualitas pelayanan terhadapnya.

Beberapa studi lain memadukan kualitas pelayanan dengan variabel seperti citra merek, *e-service quality*, *e-trust*, pengalaman wisatawan, atau loyalitas pelanggan. Meski begitu, masih ada celah yang belum banyak digarap. Pertama, penelitian yang menempatkan manajemen pelayanan sebagai penentu kepuasan pelanggan masih jarang.

Sebagian besar penelitian lebih berfokus pada kualitas pelayanan, sehingga peran pengelolaan pelayanan dalam menciptakan kepuasan pelanggan belum dijelaskan secara menyeluruh. Kedua, objek penelitian terdahulu umumnya dilakukan pada perusahaan berbasis digital, biro perjalanan wisata, maupun perusahaan jasa lainnya. Sementara itu, penelitian yang mengkaji pengaruh manajemen pelayanan dan kualitas pelayanan pada perusahaan travel darat, khususnya PT Aero Travel Indonesia di Ketapang, Pesawaran, masih belum banyak ditemukan. Perbedaan karakteristik objek tersebut memungkinkan adanya hasil penelitian yang berbeda dengan penelitian sebelumnya.

Ketiga, kebanyakan studi hanya menguji satu variabel utama, atau menyandingkan kualitas pelayanan dengan variabel di luar manajemen pelayanan. Penelitian ini mengambil jalur berbeda dengan menguji kedua variabel tersebut sekaligus, sehingga penentu kepuasan pada perusahaan jasa travel dapat digambarkan secara lebih utuh. Dari celah itulah studi ini menghadirkan bukti empiris mengenai dampak manajemen pelayanan dan kualitas pelayanan pada kepuasan pelanggan PT Aero Travel Indonesia, Ketapang, Pesawaran. Hasil penelitian diharapkan menambah rujukan di bidang manajemen pemasaran jasa dan menjadi masukan bagi perusahaan untuk membenahi pengelolaan pelayanan dan mutu layanan demi kepuasan pelanggan yang lebih baik.

2.3 Kerangka Pemikiran

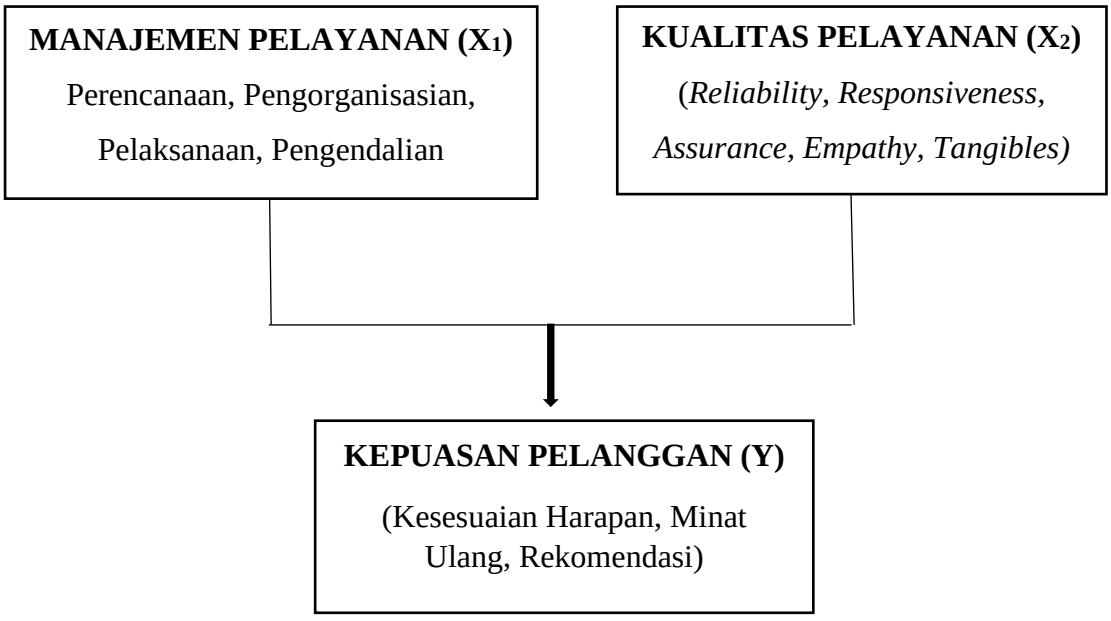
Kerangka pemikiran menggambarkan bagaimana variabel-variabel yang diteliti saling berhubungan. Manajemen Pelayanan (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) berperan sebagai variabel independen, sedangkan Kepuasan Pelanggan (Y) di PT Aero Travel Indonesia, Ketapang, Pesawaran menjadi

variabel dependen. Manajemen Pelayanan (X_1) terkait dengan cara kegiatan pelayanan dikelola, mulai dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian hingga sistem operasional. Bila pengelolaan berjalan terarah, kegiatan pelayanan diharapkan lebih teratur dan layanan yang sampai ke pelanggan pun konsisten.

Kualitas Pelayanan (X_2) merefleksikan bagaimana pelanggan menilai layanan yang diberikan PT Aero Travel Indonesia. Pengukurannya bertumpu pada lima dimensi, yakni *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati), dan *tangibles* (bukti fisik), sehingga beragam sisi layanan yang dirasakan pelanggan selama memakai jasa dapat tertangkap. Sementara itu, Kepuasan Pelanggan (Y) berarti hasil penilaian pelanggan terhadap layanan tersebut setelah dibandingkan dengan harapannya semula. Kepuasan biasanya muncul ketika pelanggan mendapati layanan setara atau lebih baik daripada yang dibayangkannya.

Dari sini, tata kelola pelayanan yang baik dan mutu layanan yang cocok dengan kebutuhan pelanggan dipandang sebagai penentu utama kepuasan. Atas dasar hubungan itulah studi ini menguji dampak Manajemen Pelayanan (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) pada Kepuasan Pelanggan (Y), sebagaimana divisualisasikan pada gambar berikut.

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran



Merujuk pada kerangka pemikiran di Gambar 2.1, Manajemen Pelayanan (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) diposisikan sebagai variabel yang diduga memengaruhi Kepuasan Pelanggan (Y). Manajemen Pelayanan menyangkut cara perusahaan mengelola proses pelayanan, sedangkan Kualitas Pelayanan menyangkut cara pelanggan menilai layanan yang diterimanya. Pengaruh kedua variabel ini terhadap tingkat kepuasan pelanggan kemudian diuji, dan keterkaitan antarvariabel dalam kerangka tersebut menjadi landasan perumusan hipotesis. Pengujian dilakukan secara empiris menggunakan metode PLS-SEM untuk mengetahui pengaruh Manajemen Pelayanan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Aero Travel Indonesia di Ketapang, Pesawaran.

Hasil pengujian tersebut selanjutnya menjadi dasar dalam pembahasan mengenai aspek pelayanan yang dapat dipertahankan, diperbaiki, dan dikembangkan sebagai bagian dari upaya peningkatan kepuasan pelanggan.

2.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah jawaban sementara atas rumusan masalah yang dibuktikan melalui analisis kuantitatif. Dengan bertumpu pada *Expectancy Disconfirmation Theory* (EDT) (Oliver, 1980), tinjauan teori, dan alur kerangka pemikiran, hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut:

1. Pengaruh Manajemen Pelayanan (X_1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

   Manajemen Pelayanan (X1) berperan sebagai sistem operasional di balik layar *(back-stage).* Ratminto dan Winarsih (2018) serta Tjiptono (2019) menyebut tata kelola yang efektif meliputi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, pengendalian, dan sistem operasional. Pengelolaan yang terstruktur menjaga kepastian jadwal dan konsistensi penanganan keluhan. Menurut EDT (Oliver, 1980), sistem operasional yang kokoh mengurangi hambatan dan melancarkan pelayanan, sehingga terbentuk persepsi positif yang membantu ekspektasi terpenuhi dan pelanggan puas.

- **H1:** Manajemen Pelayanan (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada PT Aero Travel Indonesia.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Kualitas Pelayanan (X_2) merupakan bentuk layanan langsung (*front-stage*). Berdasarkan model SERVQUAL (Parasuraman et al., 1988; Kotler & Keller, 2016), evaluasi mutu mencakup *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Ketepatan waktu, keandalan armada, dan keramahan petugas secara langsung memunculkan kualitas interaksi pelayanan. Ketika kinerja nyata melampaui harapan, terjadi *positive disconfirmation* (Oliver, 1980) yang meningkatkan kepuasan konsumen, sejalan dengan temuan Suryawan et al. (2025), Hamid et al. (2026), dan Permana et al. (2024).

- **H2:** Kualitas Pelayanan (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada PT Aero Travel Indonesia.

BAB III
METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Pendekatan yang dipakai adalah kuantitatif berjenis asosiatif. Pendekatan kuantitatif dipilih karena data responden berbentuk skor atau angka yang diolah dengan teknik statistik. Sugiyono (2019) menerangkan bahwa penelitian kuantitatif bertumpu pada pengukuran variabel secara objektif dan data yang dapat dianalisis secara statistik. Melalui pendekatan ini diperoleh data empiris mengenai penilaian pelanggan atas layanan PT Aero Travel Indonesia.

Jenis asosiatif dipilih karena penelitian bertujuan mengetahui keterkaitan atau pengaruh antarvariabel yang telah ditentukan. Dalam penelitian ini, Manajemen Pelayanan (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) berkedudukan sebagai variabel eksogen, dan Kepuasan Pelanggan (Y) sebagai variabel endogen. Tujuannya menguji seberapa besar pengaruh kedua variabel eksogen terhadap kepuasan pelanggan PT Aero Travel Indonesia di Ketapang, Pesawaran. Pelanggan sebagai responden mengisi kuesioner yang disusun dari indikator masing-masing variabel.

Jawaban mereka diberi skor menurut skala ukur yang ditetapkan sehingga menjadi data kuantitatif, yang lalu digunakan untuk menelaah keterkaitan ketiga variabel. Analisis data dilakukan dengan *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) berbantuan perangkat lunak SmartPLS. Ghozali dan Latan (2015) menjelaskan PLS sebagai salah satu pendekatan *Structural Equation Modeling* berbasis varian atau komponen yang berguna untuk mengkaji keterkaitan antar konstruk dan menilai model pengukuran maupun model struktural. Bukunya juga mengulas konsep, langkah analisis, evaluasi model, serta penerapan PLS dengan SmartPLS.

PLS-SEM dipilih karena sesuai dengan model penelitian ini, yang terdiri atas konstruk-konstruk dengan pengukuran melalui sejumlah indikator. Hair et al. (2021) memandang PLS-SEM sebagai salah satu metode *Structural Equation Modeling* yang memungkinkan peneliti mengkaji hubungan antarkonstruk sekaligus menguji kelayakan model pengukuran dan model

struktural. Buku tersebut mengurai langkah-langkah penilaian konstruk, uji validitas dan reliabilitas, analisis hubungan struktural, serta prosedur pengujiannya. Pada studi ini, kedua tahap itu diterapkan sebagai *outer model* dan *inner model.*

Outer model dipakai untuk menilai apakah indikator mampu mewakili konstruknya, sedangkan inner model dipakai untuk mempelajari hubungan konstruk eksogen dengan konstruk endogen. Evaluasi semacam ini diperlukan supaya analisis tidak berhenti pada keterkaitan antarvariabel, tetapi juga menjamin bahwa indikator mengukur konstruknya secara memadai, alurnya mengacu pada Ghozali dan Latan (2015) dan Hair et al. (2021). Dalam model yang diuji, Manajemen Pelayanan (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) bertindak sebagai konstruk eksogen, dan Kepuasan Pelanggan (Y) sebagai konstruk endogen, sehingga ada dua jalur yang diuji: dari Manajemen Pelayanan ke Kepuasan Pelanggan, dan dari Kualitas Pelayanan ke Kepuasan Pelanggan.

Keterkaitan itu kemudian diuji dengan data dari pelanggan PT Aero Travel Indonesia. Hubungan antar konstruk diuji melalui estimasi koefisien jalur *(path coefficient)* dan prosedur *bootstrapping*, yang menjadi dasar pengujian signifikansi hubungan dalam model struktural. Hair et al. (2021) mengulas penggunaan bootstrapping, uji signifikansi, dan evaluasi hubungan struktural dalam analisis PLS-SEM. Karena itu, pendekatan kuantitatif asosiatif dengan PLS-SEM dipilih sebab sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu memperoleh bukti empiris pengaruh Manajemen Pelayanan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Hasil pengolahan data selanjutnya dipakai untuk menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis pada PT Aero Travel Indonesia di Ketapang, Pesawaran.

3.2 Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian dilakukan di PT Aero Travel Indonesia, Ketapang, Kabupaten Pesawaran, Provinsi Lampung, yang dipilih karena sejalan dengan fokus kajian berupa pelayanan jasa travel dan kepuasan pelanggan. Pelaksanaannya berlangsung pada tahun 2026 dengan tahapan persiapan, penyusunan

instrumen, pengumpulan data, pengolahan data, analisis data, dan penulisan laporan.

3.2.1 Jadwal Penelitian

Jadwal penelitian disusun menurut tahapan kegiatan selama proses penelitian, yaitu penyusunan proposal, penyusunan instrumen, pengumpulan data, pengolahan dan analisis data dengan SmartPLS, dan penyusunan laporan akhir.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi penelitian ini adalah pelanggan yang pernah memakai jasa PT Aero Travel Indonesia di Ketapang, Pesawaran, yaitu mereka yang mengalami langsung layanan perusahaan. Jumlah pelanggan tidak dapat dipastikan karena pengguna jasa selalu berubah dari waktu ke waktu, sehingga populasi diperlakukan sebagai populasi yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Untuk menjaga agar responden masih memiliki pengalaman yang relevan dengan pelayanan perusahaan, penelitian memberikan batasan bahwa responden merupakan pelanggan yang telah menggunakan jasa PT Aero Travel Indonesia dalam kurun waktu enam bulan terakhir sebelum pengumpulan data dilakukan. Pembatasan periode tersebut dilakukan agar responden masih memiliki pengalaman yang relatif aktual terhadap pelayanan yang diberikan perusahaan.

Diharapkan dengan kriteria itu, jawaban responden lebih mencerminkan kondisi pelayanan yang dialami pelanggan sesuai konteks penelitian. Jumlah pelanggan PT Aero Travel Indonesia yang memenuhi kriteria tersebut tidak diketahui secara pasti. Oleh sebab itu, penelitian ini tidak melibatkan seluruh anggota populasi, tetapi mengambil sebagian di antaranya sebagai sampel berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian populasi yang dipilih berdasarkan karakteristik tertentu sebagai sumber data. Sampel diambil karena jumlah pelanggan tidak diketahui secara pasti. Teknik yang digunakan ialah *non-probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*, yakni menetapkan kriteria tertentu supaya responden benar-benar pernah memakai jasa PT Aero Travel Indonesia. Kriteria responden adalah:

1. Responden merupakan pelanggan yang pernah menggunakan jasa PT Aero Travel Indonesia.
2. Responden telah menggunakan jasa PT Aero Travel Indonesia dalam enam bulan terakhir.
3. Responden berusia 17 tahun atau lebih, sehingga dianggap telah mampu memberikan penilaian secara mandiri terhadap pelayanan yang diterima.
4. Responden memiliki pengalaman langsung dalam menerima pelayanan dari PT Aero Travel Indonesia.

Dengan berpegang pada kriteria tadi, ukuran sampel ditentukan 100 orang. Angka ini dipilih karena jumlah populasi tidak dapat dipastikan dan karena data sebanyak itu dinilai cukup untuk menganalisis keterkaitan antarvariabel. Seratus responden tersebut menjadi sumber data untuk menguji dampak manajemen pelayanan (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) pada kepuasan pelanggan (Y) di PT Aero Travel Indonesia, Ketapang, Pesawaran.

3.4 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional menjelaskan bagaimana setiap variabel dibatasi dan diukur agar dapat digunakan saat pengumpulan data. Variabel yang masih umum harus dijabarkan menjadi indikator yang lebih jelas dan bisa dinilai responden melalui kuesioner. Ada tiga variabel dalam penelitian ini: Manajemen Pelayanan (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) sebagai variabel independen, serta Kepuasan Pelanggan (Y) sebagai variabel dependen. Tiap

variabel lalu dijabarkan menjadi beberapa indikator sesuai fokus penelitian di PT Aero Travel Indonesia, Ketapang, Pesawaran.

3.4.1 Manajemen Pelayanan (X_1)

Manajemen Pelayanan dimaknai sebagai cara PT Aero Travel Indonesia menata dan menjalankan pelayanan supaya berlangsung baik, terarah, dan sesuai kebutuhan pelanggan. Ia terlihat tidak hanya dari layanan yang sampai ke pelanggan, tetapi juga dari persiapan, pembagian tugas, pelaksanaan, dan pengawasan kegiatan pelayanan oleh perusahaan. Variabel Manajemen Pelayanan (X_1) diukur dengan lima indikator: perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, pengendalian, dan sistem operasional pelayanan. Kelimanya menunjukkan bagaimana proses pelayanan dikelola sejak persiapan sampai pengawasan. Rincian tiap indikator adalah sebagai berikut:

1. Perencanaan pelayanan

   Perencanaan pelayanan berkaitan dengan persiapan yang dilakukan perusahaan sebelum memberikan pelayanan kepada pelanggan. Dalam penelitian ini, indikator tersebut dilihat dari kejelasan jadwal dan perencanaan pelayanan. Artinya, pelanggan dapat mengetahui informasi mengenai jadwal dan pelayanan yang akan diberikan dengan jelas.

2. Pengorganisasian pelayanan

   Pengorganisasian pelayanan berkaitan dengan pembagian pekerjaan dan tanggung jawab kepada karyawan. Indikator ini digunakan untuk melihat apakah pelanggan merasa bahwa karyawan PT Aero Travel Indonesia telah menjalankan tugas sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya.

3. Pelaksanaan pelayanan

   Pelaksanaan pelayanan memperlihatkan bagaimana rencana pelayanan dijalankan dalam kegiatan operasional perusahaan. Indikator ini menilai apakah pelaksanaan layanan sesuai prosedur

yang ditetapkan, termasuk kelancaran proses layanan yang dirasakan pelanggan.

4. Pengendalian pelayanan

   Pengendalian pelayanan berhubungan dengan pengawasan perusahaan atas layanan yang diberikan. Pengawasan ini dibutuhkan supaya pelayanan berjalan sesuai ketentuan dan mutu yang diharapkan. Dalam penelitian ini, indikator pengendalian dilihat dari ada tidaknya pengawasan terhadap layanan yang diberikan kepada pelanggan.

5. Sistem operasional pelayanan

   Sistem operasional pelayanan berkaitan dengan sistem yang digunakan perusahaan dalam mendukung proses pelayanan. Indikator ini dilihat dari kemudahan pelanggan dalam mengakses dan menggunakan layanan yang disediakan oleh PT Aero Travel Indonesia.

Indikator-indikator tersebut digunakan untuk menggambarkan kondisi manajemen pelayanan yang dirasakan pelanggan selama berhubungan dengan PT Aero Travel Indonesia. Susunan indikator ini juga telah digunakan dalam kisi-kisi instrumen penelitian, mulai dari kejelasan jadwal, pembagian tugas, pelaksanaan layanan, pengawasan, hingga akses layanan.

3.4.2 Kualitas Pelayanan (X_2)

Dalam penelitian ini, Kualitas Pelayanan dimaknai sebagai persepsi pelanggan mengenai layanan yang mereka terima dari PT Aero Travel Indonesia selama memakai jasa perusahaan. Persepsi itu terbentuk dari pengalaman langsung pelanggan, misalnya ketepatan layanan, kecepatan karyawan dalam memberi bantuan, rasa aman, perhatian yang diterima, serta keadaan fasilitas yang disediakan. Variabel Kualitas Pelayanan (X_2) diukur dengan lima dimensi SERVQUAL rumusan Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988), yakni *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles*. Melalui kelima dimensi ini dapat diketahui

bagaimana pelanggan menilai layanan PT Aero Travel Indonesia. Uraian tiap dimensi adalah sebagai berikut:

1. *Reliability* (Keandalan)

   Reliability menyangkut kesanggupan perusahaan memberikan pelayanan secara tepat dan sesuai janji. Dalam penelitian ini, reliability diukur lewat ketepatan waktu keberangkatan, yakni kecocokan antara waktu berangkat travel dengan jadwal yang telah ditetapkan.

2. *Responsiveness* (Daya Tanggap)

   Responsiveness menunjukkan kemampuan dan kesediaan karyawan dalam membantu pelanggan ketika membutuhkan pelayanan. Dalam penelitian ini, indikator tersebut dilihat dari kecepatan pelayanan, khususnya seberapa cepat karyawan memberikan bantuan atau merespons kebutuhan pelanggan.

3. *Assurance* (Jaminan)

   Assurance berkaitan dengan kemampuan pelayanan yang dapat memberikan rasa percaya dan aman kepada pelanggan. Dalam penelitian ini, assurance diukur melalui jaminan layanan, terutama tingkat rasa aman yang dirasakan pelanggan selama menggunakan jasa PT Aero Travel Indonesia.

4. *Empathy* (Empati)

   Empathy menunjukkan perhatian dan kepedulian karyawan terhadap pelanggan. Indikator ini dilihat melalui perhatian terhadap pelanggan, termasuk sikap peduli dan keramahan karyawan ketika memberikan pelayanan serta membantu memenuhi kebutuhan pelanggan.

5. *Tangibles* (Bukti Fisik)

   Tangibles mencakup kondisi fisik yang dapat dilihat dan dirasakan pelanggan saat memakai jasa. Dalam penelitian ini, tangibles diukur dari fasilitas fisik, yaitu keadaan sarana dan prasarana yang tersedia serta sejauh mana keduanya memberi kenyamanan bagi pelanggan.

Kelima dimensi tersebut kemudian dijadikan dasar untuk menyusun pernyataan dalam kuesioner penelitian. Indikator yang digunakan

meliputi ketepatan waktu, kecepatan pelayanan, jaminan layanan, perhatian terhadap pelanggan, dan fasilitas fisik.

3.4.3 Kepuasan Pelanggan (Y)

Dalam penelitian ini, Kepuasan Pelanggan berarti penilaian pelanggan setelah memakai jasa dan menerima layanan PT Aero Travel Indonesia. Kepuasan tampak dari kesesuaian layanan dengan harapan pelanggan sebelumnya, serta dari niat untuk memakai jasa itu lagi dan kesediaan merekomendasikannya kepada orang lain. Variabel Kepuasan Pelanggan (Y) diukur lewat tiga indikator: kesesuaian harapan, minat menggunakan kembali, dan kesediaan merekomendasikan. Ketiga indikator ini dipakai untuk menangkap tanggapan pelanggan setelah menerima layanan PT Aero Travel Indonesia. Penjelasan tiap indikator adalah sebagai berikut:

1. Kesesuaian harapan

   Kesesuaian harapan menggambarkan seberapa jauh layanan yang diterima pelanggan cocok dengan harapannya. Indikator ini dipakai untuk mengetahui apakah pelanggan merasa layanan PT Aero Travel Indonesia sudah memenuhi harapan mereka.

2. Minat menggunakan kembali

   Minat menggunakan kembali menandakan keinginan pelanggan untuk memakai jasa PT Aero Travel Indonesia lagi di masa mendatang. Keinginan ini bisa menjadi tanda bahwa pelanggan mendapat pengalaman pelayanan yang baik dan cukup puas atas jasa yang diberikan.

3. Kesediaan merekomendasikan

   Kesediaan merekomendasikan menunjukkan keinginan pelanggan untuk menyarankan jasa PT Aero Travel Indonesia kepada orang lain, seperti keluarga, teman, atau pihak lainnya. Kesediaan tersebut digunakan sebagai salah satu gambaran mengenai penilaian positif pelanggan terhadap pelayanan yang telah diterima.

Ketiga indikator tersebut selanjutnya dituangkan ke dalam pernyataan kuesioner sehingga tanggapan pelanggan dapat diukur secara sistematis.

3.4.4 Skala Pengukuran

Jawaban responden diukur dengan skala Likert lima tingkat, yaitu teknik pengukuran yang pertama kali dikenalkan oleh Rensis Likert (1932). Skala ini dipilih untuk mengetahui seberapa jauh responden setuju dengan tiap pernyataan dalam kuesioner. Kelima pilihan jawaban beserta skornya adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1
Skala Pengukuran

No	Pilihan Jawaban	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono. (2019)

Skor tersebut digunakan untuk seluruh pernyataan yang berkaitan dengan variabel Manajemen Pelayanan (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2), dan Kepuasan Pelanggan (Y). Hasil jawaban responden kemudian diolah dan dianalisis untuk mengetahui hubungan serta pengaruh antarvariabel dalam penelitian.

3.4.5 Ringkasan Operasional Variabel

Untuk memperjelas variabel yang digunakan dalam penelitian, berikut disajikan ringkasan definisi operasional masing-masing variabel:

Tabel 3.2
Ringkasan Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Manajemen pelayanan ($X_{1)}$	Cara PT Aero Travel Indonesia mengelola kegiatan pelayanan agar dapat berjalan secara terarah, terorganisasi, terlaksana dengan baik, dan dapat diawasi sesuai kebutuhan pelanggan	1. Perencanaan pelayanan 2. Pengorganisasian pelayanan 3. Pelaksanaan pelayanan 4. Pengendalian pelayanan 5. Sistem operasional pelayanan	Likert 1–5
Kualitas Pelayanan (X_2)	Penilaian pelanggan terhadap pelayanan PT Aero Travel Indonesia berdasarkan pengalaman mereka selama menggunakan jasa perusahaan	1. *Reliability* 2. *Responsiveness* 3. *Assurance* 4. *Empathy* 5. *Tangibles*	Likert 1–5
Kepuasan Pelanggan (Y)	Penilaian pelanggan setelah menerima pelayanan dengan melihat kesesuaian antara harapan dan pelayanan yang diperoleh serta kecenderungan untuk menggunakan dan merekomendasikan jasa kembali.	1. Kesesuaian harapan 2. Minat menggunakan kembali 3. Kesediaan merekomendasikan	Likert 1–5

Berdasarkan uraian itu, setiap indikator menjadi dasar penyusunan butir pernyataan kuesioner sehingga tiap variabel dapat diukur lewat pengalaman dan penilaian pelanggan PT Aero Travel Indonesia. Hasil pengukuran kemudian menjadi data penelitian untuk menganalisis pengaruh Manajemen Pelayanan (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

3.4.6 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian

Kisi-kisi instrumen digunakan sebagai pedoman dalam menyusun pernyataan kuesioner. Setiap indikator diterjemahkan ke dalam pernyataan yang dapat dijawab oleh responden berdasarkan pengalaman mereka ketika menggunakan jasa PT Aero Travel Indonesia. Kisi-kisi instrumen penelitian disusun sebagai berikut.

Tabel 3.3
Kisi-Kisi Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Uraian Operasional	Referensi
Manajemen Pelayanan (X_1)	Perencanaan pelayanan	Kesiapan perusahaan dalam merencanakan pelayanan dan menyesuaikannya dengan kebutuhan pelanggan	Ratminto & Winarsih (2018)
	Pengorganisasian pelayanan	Pembagian tugas, koordinasi, dan kejelasan tanggung jawab petugas dalam memberikan pelayanan	
	Pelaksanaan pelayanan	Pelaksanaan pelayanan sesuai prosedur serta kemampuan petugas dalam menjalankan pelayanan	

	Pengendalian pelayanan	Pengawasan, evaluasi, dan upaya perbaikan terhadap pelayanan yang diberikan	
	Sistem operasional pelayanan	Kejelasan prosedur, keteraturan proses, dan kemudahan sistem pelayanan bagi pelanggan	
Kualitas Pelayanan (X_2)	*Reliability* (Keandalan)	Kemampuan perusahaan memberikan pelayanan secara tepat, konsisten, dan sesuai dengan yang dijanjikan	Parasuraman et al. (1988)
	Responsiveness (Daya Tanggap)	Kesigapan dan kesediaan petugas dalam membantu pelanggan serta memberikan pelayanan dengan cepat	
	Assurance (Jaminan)	Pengetahuan, kemampuan, kesopanan, serta sikap petugas dalam membangun kepercayaan pelanggan	
	Empathy (Empati)	Perhatian, kepedulian, dan pemahaman	

		petugas terhadap kebutuhan pelanggan	
	Tangibles (Bukti Fisik)	Kondisi fasilitas, sarana pendukung, penampilan petugas, dan aspek fisik lainnya yang menunjang pelayanan	
Kepuasan Pelanggan (Y)	Kesesuaian harapan	Tingkat kesesuaian pelayanan yang diterima dengan harapan pelanggan	Kotler & Keller (2016)
	Minat menggunakan Kembali	Keinginan pelanggan untuk kembali menggunakan jasa perusahaan pada masa mendatang	
	Kesediaan merekomendasikan	Kesediaan pelanggan untuk memberikan rekomendasi kepada orang lain berdasarkan pengalaman pelayanan yang diterima	

Sumber: Diolah oleh peneliti berdasarkan landasan teori dan definisi operasional variabel penelitian.

Instrumen berfungsi sebagai alat pengumpul data yang selaras dengan tujuan penelitian. Alat yang dipakai berupa kuesioner untuk pelanggan PT Aero Travel Indonesia di Ketapang, Pesawaran. Butir-butir kuesioner dirumuskan dari indikator setiap variabel yang telah diuraikan pada definisi operasional; tiap indikator dijabarkan menjadi beberapa

pernyataan tentang pengalaman dan penilaian pelanggan atas layanan yang diterimanya. Dengan cara ini, setiap pernyataan diharapkan dapat menangkap aspek variabel yang hendak diukur.

Sebagai penelitian kuantitatif berbasis PLS-SEM, indikator kuesioner ini akan menjadi bagian model pengukuran yang diuji lewat evaluasi outer model. Hair, Hult, Ringle, dan Sarstedt (2022) menyatakan bahwa PLS-SEM berguna untuk menganalisis hubungan antarkonstruk sambil menilai indikator pengukurnya, rujukannya ialah *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) edisi ketiga terbitan SAGE. Variabel yang diukur berjumlah tiga: Manajemen Pelayanan (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2), dan Kepuasan Pelanggan (Y).

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data penting sebab lewat tahap inilah peneliti mendapatkan informasi untuk menjawab rumusan masalah dan mencapai tujuan penelitian. Data perlu selaras dengan variabel dan objek yang diteliti supaya benar-benar mencerminkan keadaan di lapangan. Objek penelitian adalah pelanggan PT Aero Travel Indonesia di Ketapang, Kabupaten Pesawaran, dengan tiga variabel utama: Manajemen Pelayanan (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2), dan Kepuasan Pelanggan (Y). Mengikuti pendekatan kuantitatif asosiatif, data diambil dari penilaian pelanggan atas layanan yang mereka alami saat memakai jasa PT Aero Travel Indonesia.

Data tersebut dianalisis secara kuantitatif untuk melihat keterkaitan dan pengaruh antarvariabel. Ada dua sumber data: data primer, yang dihimpun langsung dari pelanggan yang memenuhi kriteria responden, dan data sekunder, yang berasal dari berbagai sumber pendukung landasan teori dan pembahasan. Data diperoleh melalui kuesioner, observasi, dan dokumentasi.

3.5.1 Jenis dan Sumber Data

Data dalam penelitian ini dikelompokkan menurut sumbernya menjadi data primer dan data sekunder yang saling melengkapi, agar informasi yang terhimpun memadai dan mendukung analisis dampak

Manajemen Pelayanan dan Kualitas Pelayanan pada Kepuasan Pelanggan PT Aero Travel Indonesia di Ketapang, Pesawaran.

1. Data Primer

Data primer ialah data yang diambil langsung dari sumber pertama di lapangan. Dalam penelitian ini, data primer bersumber dari pelanggan PT Aero Travel Indonesia yang pernah memakai jasa perusahaan dan memenuhi kriteria responden sebagaimana ditetapkan pada penentuan populasi dan sampel. Pengumpulannya lewat kuesioner yang butir pernyataannya dirumuskan dari indikator tiap variabel, sehingga peneliti mendapat informasi langsung mengenai pengalaman dan penilaian pelanggan atas layanan PT Aero Travel Indonesia. Data primer yang diperoleh digunakan untuk mengukur tiga variabel penelitian, yaitu:

a. Manajemen Pelayanan (X_1), yang menunjukkan bagaimana proses pelayanan dikelola oleh perusahaan, mulai dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, pengendalian, hingga sistem operasional pelayanan.
b. Kualitas Pelayanan (X_2), yang menunjukkan penilaian pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang mereka terima dan rasakan selama menggunakan jasa PT Aero Travel Indonesia.
c. Kepuasan Pelanggan (Y), yang menunjukkan tingkat kepuasan pelanggan setelah membandingkan pelayanan yang diperoleh dengan harapan serta pengalaman yang mereka rasakan selama menggunakan jasa perusahaan.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data dari sumber yang sudah tersedia sebelumnya dan berfungsi sebagai informasi pendukung. Data ini tidak diperoleh langsung dari responden, melainkan melengkapi kebutuhan penelitian, terutama untuk menyusun teori, mengembangkan instrumen, dan membahas hasil. Sumber data sekunder yang relevan dalam penelitian ini antara lain:

a. Buku dan berbagai literatur yang membahas manajemen pelayanan, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan.
b. Jurnal ilmiah serta hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan variabel penelitian.
c. Dokumen atau informasi yang berhubungan dengan PT Aero Travel Indonesia, apabila tersedia dan dapat digunakan untuk kepentingan penelitian.
d. Berbagai sumber akademik lainnya yang memiliki keterkaitan dengan permasalahan yang diteliti.

3.5.2 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan tiga metode, yaitu kuesioner, observasi, dan dokumentasi, yang dipilih agar sesuai dengan tujuan penelitian dan keadaan objek yang diteliti.

1. Kuesioner

Kuesioner menjadi metode utama untuk mengumpulkan data dari responden, dan dibagikan kepada pelanggan PT Aero Travel Indonesia yang sudah memenuhi kriteria sampel. Pernyataan di dalamnya disusun dari indikator setiap variabel dan diarahkan pada hal-hal yang bisa dirasakan serta dinilai langsung oleh pelanggan saat memakai jasa PT Aero Travel Indonesia. Dengan begitu, jawaban responden diharapkan bersumber dari pengalaman mereka sendiri. Variabel yang diukur melalui kuesioner adalah:

a. Manajemen Pelayanan (X_1), meliputi perencanaan pelayanan, pengorganisasian pelayanan, pelaksanaan pelayanan, pengendalian pelayanan, dan sistem operasional pelayanan.
b. Kualitas Pelayanan (X_2), yang dalam definisi operasional penelitian mencakup dimensi *reliability, responsiveness, assurance, empathy,* dan *tangibles.*
c. Kepuasan Pelanggan (Y), yang mencakup kecocokan layanan dengan harapan pelanggan, niat memakai jasa kembali, dan kesediaan merekomendasikannya kepada orang lain.

2. Observasi

Observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung kondisi pelayanan pada PT Aero Travel Indonesia di Ketapang, Pesawaran. Metode ini digunakan sebagai data pendukung agar peneliti dapat memperoleh gambaran mengenai pelaksanaan pelayanan yang terjadi secara nyata di lapangan. Pelaksanaan observasi dilakukan *secara non-partisipatif*, yaitu peneliti hanya melakukan pengamatan tanpa ikut terlibat secara langsung dalam aktivitas pelayanan perusahaan. Pengamatan difokuskan pada beberapa hal yang berhubungan dengan pelayanan, seperti:

a. ketepatan waktu keberangkatan.
b. proses pelayanan yang berlangsung.
c. cara karyawan memberikan pelayanan kepada pelanggan.
d. kondisi kendaraan dan fasilitas yang digunakan untuk mendukung pelayanan.
e. interaksi yang terjadi antara pelanggan dengan pihak perusahaan.

Data hasil observasi tidak digunakan sebagai pengganti data utama yang diperoleh melalui kuesioner. Observasi hanya berfungsi sebagai informasi tambahan untuk membantu peneliti memahami keadaan pelayanan secara langsung. Hasil pengamatan tersebut dapat digunakan sebagai bahan pendukung ketika menjelaskan kondisi objek dan hasil penelitian.

3. Dokumentasi

Dokumentasi menjadi metode pendukung untuk mendapatkan informasi atau bukti terkait objek penelitian, baik berupa dokumen perusahaan maupun bukti lain yang berhubungan dengan aktivitas pelayanan PT Aero Travel Indonesia. Contoh dokumen yang dapat dipakai antara lain:

a. Foto yang berkaitan dengan kegiatan pelayanan.
b. Jadwal keberangkatan travel.
c. Catatan operasional perusahaan apabila tersedia.
d. Dokumen lain yang berkaitan dengan kegiatan pelayanan.

3.5.3 Prosedur Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahapan yang disusun secara sistematis. Tahapan tersebut dimulai dari penentuan indikator dan penyusunan instrumen hingga data siap digunakan dalam proses analisis menggunakan PLS-SEM. Adapun tahapan pengumpulan data yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Menentukan indikator penelitian
2. Menyusun dan pemeriksaan pemeriksaan instrumen penelitian
3. Menentukan responden
4. Menyebarkan kuesioner
5. Mengumpulkan dan memeriksa data
6. Menginput data
7. Membentuk model penelitian pada SmartPLS
8. Melakukan analisis PLS-SEM
9. Menginterpretasikan hasil penelitian
10. Menyusun Kesimpulan

Jadi, tahapan berjalan berurutan agar data yang terkumpul dapat dipakai untuk menjawab rumusan masalah dan mencapai tujuan penelitian secara sistematis.

3.6 Teknik Analisis Data

Analisis data dimulai setelah semua data responden terhimpun. Pada tahap ini data diolah untuk menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis. Data bersumber dari kuesioner yang dibagikan kepada pelanggan PT Aero Travel Indonesia di Ketapang, Pesawaran yang memenuhi kriteria responden, kemudian dianalisis dengan *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) melalui aplikasi SmartPLS. PLS-SEM dipakai karena model penelitian memuat tiga konstruk: Manajemen Pelayanan (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2), dan Kepuasan Pelanggan (Y). Metode ini memungkinkan peneliti melihat hubungan antarkonstruk sekaligus menakar kemampuan indikator dalam menerangkan konstruk yang diukur.

Analisis dilakukan bertahap agar sistematis, yaitu (1) uji kualitas instrumen, (2) uji kondisi data, (3) evaluasi outer model, (4) evaluasi inner model, dan (5) uji hipotesis dengan *bootstrapping*. Seluruh tahapan tersebut dilakukan untuk memperoleh hasil analisis yang dapat menjelaskan pengaruh Manajemen Pelayanan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.

3.6.1 Pengujian Persyaratan Instrumen

Kuesioner yang digunakan disusun dari indikator masing-masing variabel, yaitu Manajemen Pelayanan (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2), dan Kepuasan Pelanggan (Y), lalu diberikan kepada responden untuk menilai pengalaman mereka memakai jasa PT Aero Travel Indonesia. Sebelum data dipakai menguji hubungan antar konstruk, kualitas instrumen diperiksa lebih dulu. Pemeriksaan ini memastikan setiap indikator benar-benar mengukur konstruk yang diteliti dan cukup konsisten. Dalam pendekatan PLS-SEM, kualitas instrumen dievaluasi melalui model pengukuran dengan melihat aspek validitas dan reliabilitas.

a. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan memastikan indikator kuesioner betul-betul mewakili konstruk yang diukur. Pada PLS-SEM, validitas konstruk dinilai lewat *convergent validity* dan *discriminant validity*. *Convergent validity* menilai seberapa erat indikator dalam satu konstruk saling terkait dalam menjelaskan konstruk tersebut, dan diuji dengan *outer loading* serta *Average Variance Extracted* (AVE). Menurut Hair et al. (2022), outer loading minimal 0,70 pada umumnya menunjukkan bahwa indikator mencerminkan konstruknya dengan baik.

Adapun AVE minimal 0,50 berarti konstruk menjelaskan sedikitnya 50% variasi indikator penyusunnya. Selain validitas konvergen, penelitian ini menguji *discriminant validity* untuk memastikan Manajemen Pelayanan, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Pelanggan merupakan konstruk yang berbeda dan dapat dibedakan secara empiris. Salah satu ukurannya adalah *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT), yang menilai seberapa berbeda satu konstruk dari konstruk lain dalam model

dan termasuk metode yang direkomendasikan untuk validitas diskriminan pada PLS-SEM. Indikator yang lolos kriteria validitas dipertahankan untuk analisis berikutnya, sedangkan indikator yang belum memenuhi kriteria dievaluasi ulang dengan mempertimbangkan hasil pengukuran dan kesesuaiannya dengan konsep variabel.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui konsistensi indikator dalam mengukur konstruk yang sama. Konstruk dinilai reliabel jika indikator-indikatornya konsisten secara internal dalam merepresentasikan konstruk. Pada PLS-SEM, reliabilitas dinilai dengan *Cronbach's Alpha*, *Composite Reliability*, dan *rho_A*, yang ketiganya memberi gambaran tentang konsistensi internal indikator pembentuk konstruk. Pada umumnya, nilai reliabilitas 0,70 ke atas dijadikan acuan bahwa konsistensi internal suatu konstruk sudah dapat diterima (Hair et al., 2022).

Uji reliabilitas diterapkan pada ketiga konstruk, yaitu Manajemen Pelayanan (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2), dan Kepuasan Pelanggan (Y). Jika setiap konstruk memenuhi kriteria tersebut, indikatornya dianggap cukup konsisten sehingga analisis dapat berlanjut ke pengujian model.

3.6.2 Pengujian Persyaratan Analisis

Uji persyaratan analisis merupakan langkah awal sebelum model penelitian diuji secara utuh dengan PLS-SEM. Pemeriksaan ini memastikan data responden layak dianalisis dan bebas dari masalah yang dapat memengaruhi hasil pengujian. Berbeda dengan regresi linear berganda, PLS-SEM tidak mensyaratkan data memenuhi asumsi normalitas multivariat. Oleh sebab itu, penelitian ini tidak menjadikan uji asumsi klasik seperti heteroskedastisitas dan autokorelasi sebagai persyaratan utama.

Meskipun demikian, karakteristik data dan kemungkinan adanya kolinearitas tetap diperiksa sebagai bagian dari pengendalian kualitas data sebelum model struktural dianalisis.

a. Pemeriksaan Distribusi Data

Pemeriksaan distribusi data bertujuan memberi gambaran tentang karakteristik jawaban responden pada tiap indikator, misalnya lewat statistik deskriptif yang memperlihatkan pola sebaran dan kecenderungan jawaban. Dalam PLS-SEM, distribusi normal multivariat bukan syarat mutlak, sehingga data yang tidak normal tidak otomatis gagal dianalisis dengan metode ini. Walaupun demikian, pemeriksaan distribusi tetap dilakukan untuk mengetahui karakteristik data yang diperoleh serta mendeteksi kemungkinan adanya pola jawaban yang tidak wajar atau terlalu ekstrem. Hasil pemeriksaan distribusi tersebut digunakan sebagai informasi awal dalam menilai kualitas data sebelum seluruh data diproses lebih lanjut menggunakan aplikasi SmartPLS.

b. Pemeriksaan *Kolinearitas*

Pemeriksaan kolinearitas bertujuan mengetahui apakah ada hubungan yang terlalu kuat antarvariabel prediktor dalam model. Pemeriksaan ini penting karena Manajemen Pelayanan (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) sama-sama menjelaskan Kepuasan Pelanggan (Y). Kolinearitas terdeteksi lewat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF), yang memperlihatkan apakah ada keterkaitan berlebihan antarkonstruk atau indikator prediktor yang berpotensi memengaruhi estimasi model. Semakin besar nilai VIF, semakin besar kemungkinan adanya masalah kolinearitas yang perlu dicermati.

Pada evaluasi PLS-SEM, VIF di bawah 5 umumnya masih dapat diterima, dan makin rendah nilainya makin baik kondisi kolinearitasnya (Hair et al., 2019). Jika VIF masih dalam batas tersebut, model tidak mengalami masalah kolinearitas yang berarti. Sebaliknya, bila ada VIF yang tinggi, indikator atau konstruk terkait perlu diperiksa lebih lanjut sebelum analisis diteruskan.

c. Pemeriksaan Data Pencilan

Pemeriksaan *outlier* dimaksudkan untuk mengetahui apakah ada responden yang pola jawabannya jauh berbeda dari mayoritas data.

Pemeriksaan ini termasuk dalam pengecekan kualitas data agar analisis memakai respons yang layak. Data dengan nilai atau pola ekstrem tidak serta-merta dibuang, peneliti lebih dulu memeriksa kelengkapan, konsistensi, dan kewajaran jawaban responden. Pemeriksaan tersebut dilakukan untuk mengetahui apakah kondisi ekstrem muncul karena kesalahan pengisian kuesioner, kesalahan saat memasukkan data, atau memang merupakan respons yang diberikan oleh responden sesuai dengan kondisi sebenarnya.

Apabila suatu data terbukti tidak valid karena adanya kesalahan pengisian atau kesalahan dalam proses input, data tersebut dapat dipertimbangkan untuk dikeluarkan dari proses analisis. Sebaliknya, apabila data tersebut merupakan jawaban yang sah dan diberikan oleh responden yang sesuai dengan kriteria penelitian, maka data tetap dipertahankan. Keputusan dalam menangani data pencilan dilakukan berdasarkan alasan metodologis yang jelas agar tidak mengurangi objektivitas hasil penelitian. Seusai pemeriksaan instrumen dan data, pengolahan dilanjutkan dengan SmartPLS.

Outer model dievaluasi untuk menilai mutu pengukuran, lalu inner model untuk melihat hubungan antarkonstruk. Terakhir, *bootstrapping* digunakan untuk menguji hipotesis, yakni apakah pengaruh Manajemen Pelayanan (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) pada Kepuasan Pelanggan (Y) signifikan.

BAB IV
HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum

4.1.1 Gambaran Umum PT Aero Travel Indonesia

PT Aero Travel Indonesia adalah perusahaan jasa transportasi dan travel yang beroperasi di Ketapang, Kabupaten Pesawaran, Provinsi Lampung. Layanan utamanya berupa perjalanan wisata lokal ke berbagai tujuan, antara lain Pulau Pahawang dan Pulau Wayang, serta perjalanan overland ke sejumlah daerah. Kehadiran perusahaan ini turut menunjang mobilitas masyarakat dan wisatawan di Pesawaran dan sekitarnya. Karena bergerak di bidang jasa travel, kualitas pelayanan menjadi aspek penting dalam menghadirkan pengalaman perjalanan yang baik bagi pelanggan.

Pelayanan kepada pelanggan dalam operasional perusahaan melewati beberapa tahap: pemesanan, penyampaian informasi jadwal dan perjalanan, pelayanan sebelum berangkat, pelayanan selama perjalanan, sampai penanganan keluhan. Perusahaan karenanya membutuhkan manajemen pelayanan yang baik agar setiap tahap berjalan terarah, terorganisasi, dan konsisten. Penelitian ini mengambil PT Aero Travel Indonesia di Ketapang, Pesawaran sebagai objek karena karakteristik perusahaan sesuai dengan fokus kajian, yaitu manajemen pelayanan, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan. Menurut proposal penelitian, masalah pelayanan yang ditemukan antara lain keberangkatan armada yang molor, informasi yang belum jelas bagi pelanggan, fasilitas kendaraan yang tidak seragam, serta respons keluhan yang belum maksimal.

Kondisi inilah yang mendorong penelitian ini mencari bukti empiris mengenai dampak Manajemen Pelayanan (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) pada Kepuasan Pelanggan (Y) di PT Aero Travel Indonesia.

4.1.2 Karakteristik Responden

Responden penelitian adalah pelanggan PT Aero Travel Indonesia yang memenuhi kriteria: pernah memakai jasa perusahaan dalam enam bulan terakhir, berusia sekurang-kurangnya 17 tahun, dan mengalami sendiri layanan perusahaan, sesuai metode penelitian. Karena jumlah populasi pelanggan tidak diketahui pasti, sampel ditetapkan 100 responden. Pengambilan sampel memakai *non-probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*. Karakteristik responden kemudian dapat disajikan menurut jenis kelamin, usia, frekuensi pemakaian jasa, dan karakteristik lain yang diperoleh dari kuesioner.

Tabel 4.1
Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah
1	Laki-laki	27
2	Perempuan	73
Jumlah		100

Sumber: Berdasarkan Data Kuesioner Penelitian, 2026

Tabel 4.1 menunjukkan responden terdiri atas 27 laki-laki dan 73 perempuan, sehingga responden perempuan lebih banyak. Data karakteristik ini sesuai dengan data penelitian yang tersedia.

Tabel 4.2
Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah
1	17–25 tahun	86
2	25–33 tahun	11
3	33–41 tahun	2
4	41-49 tahun	1
5	>49 tahun	
Jumlah		100

Sumber: Berdasarkan Data Kuesioner Penelitian, 2026

Tabel 4.2 memperlihatkan bahwa kelompok usia 17-25 tahun mendominasi responden dengan 86 orang. Kelompok usia 25-33 tahun berjumlah 11 orang, usia 33-41 tahun 2 orang, dan usia 41-49 tahun 1 orang, sedangkan responden di atas 49 tahun tidak ada.

Tabel 4.3
Berdasarkan Terakhir Menggunakan Jasa

No	Waktu	Jumlah
1	<1 bulan	24
2	1-3 bulan	45
3	4-6 bulan	31
4	>6 bulan	
Jumlah		100

Sumber: Berdasarkan Data Kuesioner Penelitian, 2026

Berdasarkan Tabel 4.3, dapat diketahui bahwa sebagian besar responden terakhir menggunakan jasa PT Aero Travel Indonesia pada rentang waktu 1-3 bulan terakhir, yaitu sebanyak 45 orang Selanjutnya, sebanyak 31 orang menggunakan jasa dalam rentang 4-6 bulan terakhir, sedangkan 24 orang menggunakan jasa kurang dari satu bulan terakhir.

Tabel 4.4
Berdasarkan Frekuensi Menggunakan Jasa

No	Frekuensi Menggunakan Jasa	Jumlah
1	1 Kali	36
2	2-3 Kali	53
3	4-5 Kali	5
4	>5 Kali	6
Jumlah		100

Sumber: Berdasarkan Data Kuesioner Penelitian, 2026

Berdasarkan Tabel 4.4, responden yang menggunakan jasa sebanyak 1 kali berjumlah 36 orang, 2-3 kali sebanyak 53 orang, 4-5 kali sebanyak 5 orang dan lebih dari 5 kali sebanyak 6 orang. Hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki tingkat pengalaman penggunaan jasa yang beragam.

4.2 Hasil Penelitian

4.2.1 Deskripsi Variabel Penelitian

Penelitian ini melibatkan tiga konstruk yaitu Manajemen Pelayanan (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2), dan Kepuasan Pelanggan (Y). Ketiganya diukur lewat pernyataan kuesioner berskala Likert lima tingkat. Manajemen Pelayanan menggambarkan cara perusahaan mengatur dan menjalankan proses pelayanan, dari perencanaan, pengorganisasian, dan pelaksanaan hingga pengendalian serta sistem operasionalnya. Adapun Kualitas Pelayanan dinilai melalui dimensi *reliability, responsiveness, assurance*, *empathy*, dan *tangibles.*

Kepuasan Pelanggan dikaitkan dengan kecocokan layanan terhadap harapan, keinginan memakai jasa lagi, dan kesediaan merekomendasikannya kepada orang lain. Instrumen memuat pernyataan untuk ketiga variabel tersebut. Pernyataan Manajemen Pelayanan mencakup kemudahan mendapat informasi, pelaksanaan tugas karyawan, kelancaran proses pelayanan, penanganan keluhan, dan pengawasan pelayanan. Pernyataan Kualitas Pelayanan mencakup ketepatan jadwal, kesesuaian layanan dengan janji, kecepatan karyawan membantu pelanggan, rasa aman, dan dukungan fasilitas terhadap kenyamanan.

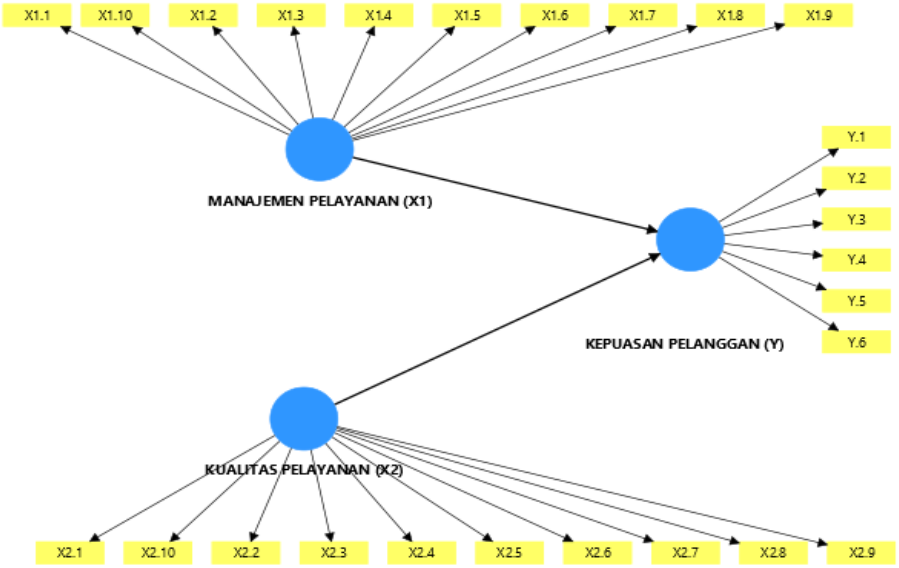
Sedangkan Kepuasan Pelanggan mencakup kesesuaian pelayanan dengan harapan, keinginan menggunakan kembali jasa, dan kesediaan merekomendasikan jasa kepada orang lain.

4.2.2 Evaluasi Model Pengukuran *(Outer Model)*

Tujuan evaluasi model pengukuran adalah memeriksa sejauh mana indikator yang dipakai benar-benar mewakili konstruk penelitian. Sesuai

rancangan metode pada proposal, pemeriksaan dilakukan dengan PLS-SEM di SmartPLS, dan mencakup tiga hal pada outer model: validitas konvergen, validitas diskriminan, serta reliabilitas konstruk.

Gambar 4.1
Model Struktural PLS-SEM



Sumber: Model SmartPLS Sebelum di Eliminasi, 2026

Gambar 4.1 menampilkan model awal penelitian yang terdiri atas tiga konstruk: Manajemen Pelayanan (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2), dan Kepuasan Pelanggan (Y). Semua indikator dimasukkan ke dalam model awal ini untuk dievaluasi. Menurut Hair et al. (2022), evaluasi model pengukuran pada PLS-SEM dimaksudkan untuk menilai sejauh mana indikator mampu mengukur konstruk yang ditetapkan.

a. *Convergent Validity*

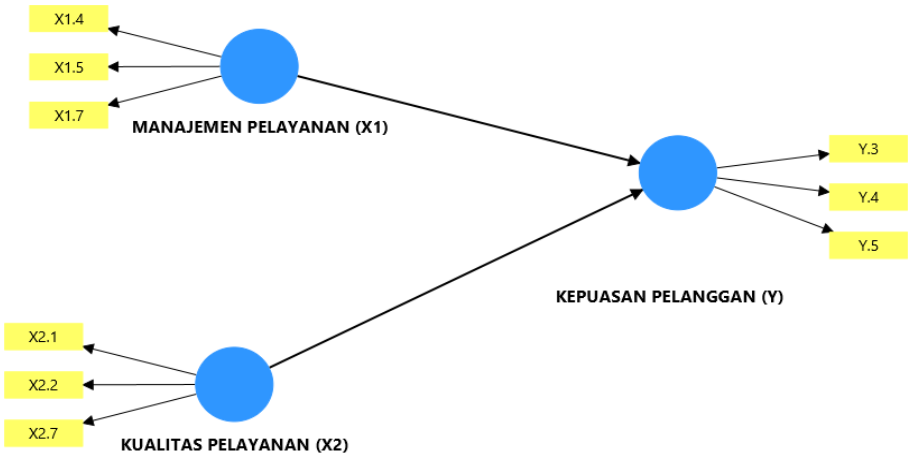
Validitas konvergen digunakan untuk melihat kemampuan indikator dalam merepresentasikan konstruk yang diukur. Salah satu ukuran yang diperhatikan adalah nilai *outer loading* masing-masing indikator.

Tabel 4.5
Hasil Pengujian *Outer Loading*

Konstruk	Indikator	*Outer Loading*
Manajemen Pelayanan (X_1)	X1.4	0,759
	X1.5	0,797
	X1.7	0,756
Kualitas Pelayanan (X_2)	X2.1	0,810
	X2.2	0,743
	X2.7	0,772
Kepuasan Pelanggan (Y)	Y.3	0,767
	Y.4	0,761
	Y.5	0,748

Sumber: Data diolah menggunakan SmartPLS, 2026

Gambar 4.2
Model Akhir PLS-SEM



Sumber: Model SmartPLS Sesedah di Eliminasi, 2026

Gambar 4.2 menampilkan model akhir penelitian setelah indikator dieliminasi, yang hanya memuat indikator yang dipertahankan untuk analisis berikutnya. Menurut hasil olah data SmartPLS 4, model akhir terdiri atas sembilan indikator yang ditetapkan dari evaluasi model pengukuran, yaitu indikator dengan outer loading di atas 0,70. SmartPLS dikembangkan oleh Ringle, Wende, dan Becker (2024). Hasil pengolahan menunjukkan *outer*

loading berkisar antara 0,743 dan 0,810. Nilai tertinggi dimiliki indikator X2.1 (0,810) dan nilai terendah dimiliki indikator X2.2 (0,743).

Pada evaluasi awal model pengukuran, beberapa indikator tidak dipertahankan dalam model akhir. Eliminasi dilakukan bertahap dengan menimbang hasil uji *outer loading* dan kecocokan indikator dalam merepresentasikan konstruk penelitian.

b. *Average Variance Extracted* (AVE)

Pengujian AVE menunjukkan proporsi varians indikator yang dapat dijelaskan oleh konstruk; makin tinggi nilainya, makin baik konstruk menjelaskan indikator-indikatornya.

Tabel 4.6
Nilai *Average Variance Extracted (AVE)*

Variabel	AVE
Manajemen Pelayanan (X_1)	0,595
Kualitas Pelayanan (X_2)	0,602
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,576

Sumber: Data diolah menggunakan SmartPLS, 2026

Manajemen pelayanan memiliki nilai AVE sebesar 0,595. Kualitas pelayanan memperoleh nilai AVE sebesar 0,602, Adapun kepuasan pelanggan mempunyai nilai AVE sebesar 0,576. Seluruh nilai AVE berada di atas 0,50. Dengan demikian, berdasarkan nilai AVE, masing-masing konstruk mempunyai kemampuan *convergent validity* yang memadai.

c. *Discriminant Validity*

Validitas diskriminan memastikan bahwa tiap konstruk memiliki ciri yang dapat dibedakan dari konstruk lain. Pengujian dalam penelitian ini memakai nilai *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT).

Tabel 4.7
***Hasil Pengujian Discriminant Validity* Berdasarkan HTMT**

Hubungan Konstruk	HTMT
Manajemen Pelayanan (X_1) - Kepuasan Pelanggan (Y)	0,996
Manajemen Pelayanan (X_1) - Kualitas Pelayanan (X_2)	0,850
Kualitas Pelayanan (X_2) - Kepuasan Pelanggan (Y)	0,781

Sumber: Data diolah menggunakan SmartPLS, 2026

HTMT antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan bernilai 0,781, sementara antara manajemen pelayanan dan kualitas pelayanan bernilai 0,850. Yang patut dicermati adalah HTMT antara manajemen pelayanan dan kepuasan pelanggan yang mencapai 0,996, karena menandakan kedua konstruk sangat berdekatan pada data penelitian ini. Untuk itu, temuan tersebut dicatat dalam pembahasan *discriminant validity.*

Tabel 4.8
Discriminant Validity – Fornell-Larcker Criterion

Variabel	Manajemen Pelayanan (X_1)	Kualitas Pelayanan (X_2)	Kepuasan Pelanggan (Y)
Manajemen Pelayanan (X_1)	0,771		
Kualitas Pelayanan (X_2)		0,776	
Kepuasan Pelanggan (Y)			0,759

Sumber: Data diolah menggunakan SmartPLS, 2026

Kriteria Fornell-Larcker memanfaatkan akar kuadrat AVE pada diagonal untuk melihat pembeda antar konstruk, tetapi hasilnya harus dibaca bersama uji HTMT. Dalam penelitian ini, HTMT antara Manajemen Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan mencapai 0,996, yang berarti kedua konstruk sangat berdekatan. Karena itu, penilaian discriminant validity tidak boleh bersandar pada Fornell-Larcker saja.

Temuan ini dicatat sebagai bahan kehati-hatian dalam menafsirkan model, terutama karena secara empiris Manajemen Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan cukup erat berkaitan.

Tabel 4.9
Cross Loading

Indikator	Manajemen Pelayanan (X_1)	Kualitas Pelayanan (X_2)	Kepuasan Pelanggan (Y)
X1.4	0,759		
X1.5	0,797		
X1.7	0,756		
X2.1		0,810	
X2.2		0,743	
X2.7		0,772	
Y.3			0,767
Y.4			0,761
Y.5			0,748

Sumber: Data diolah menggunakan SmartPLS, 2026

Hasil cross loading memperlihatkan bahwa tiap indikator memiliki loading yang tepat pada variabel yang diukurnya. Indikator X1.4, X1.5, dan X1.7 mengukur Manajemen Pelayanan; X2.1, X2.2, dan X2.7 mengukur Kualitas Pelayanan; sedangkan Y.3, Y.4, dan Y.5 mengukur Kepuasan Pelanggan. Dengan begitu, indikator-indikator tersebut layak dipertahankan dalam model penelitian.

d. Uji Reliabilitas Konstruk

Pengujian reliabilitas menilai konsistensi internal indikator dalam mengukur konstruk penelitian. Hasil pengujian dengan *Cronbach's Alpha*, *rho_A*, dan *Composite Reliability* (rho_c) disajikan berikut ini.

Tabel 4.10
Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	*Cronbach's Alpha*	rho_A	*Composite Reliability* (rho_c)
Manajemen Pelayanan (X_1)	0,660	0,662	0,815
Kualitas Pelayanan (X_2)	0,669	0,673	0,819
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,633	0,635	0,803

Sumber: Data diolah menggunakan SmartPLS, 2026

Kolom variabel memuat konstruk yang diuji, dan kolom Composite Reliability memuat tingkat konsistensi internal indikator pada tiap konstruk. *Composite Reliability* manajemen pelayanan adalah 0,815, kualitas pelayanan 0,819, dan kepuasan pelanggan 0,803. Ketiganya menunjukkan konsistensi internal yang memadai; nilai tertinggi dimiliki kualitas pelayanan (0,819) dan yang terendah kepuasan pelanggan (0,803).

4.2.3 Evaluasi Model Struktural *(Inner Model)*

Setelah model pengukuran selesai dievaluasi, tahap selanjutnya adalah evaluasi model struktural. Tahap ini menilai sejauh mana variabel eksogen mampu menerangkan variabel endogen dan menguji hubungan yang dirumuskan dalam hipotesis. Sesuai rancangan penelitian, Manajemen Pelayanan (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) bertindak sebagai variabel eksogen, sedangkan Kepuasan Pelanggan (Y) sebagai variabel endogen.

a. Uji R-*Square* (R^2)

Tabel 4.11
Nilai R-*Square*

Variabel Endogen	R-*Square*	*Adjusted* R-*Square*
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,454	0,443

Sumber: Data diolah menggunakan SmartPLS, 2026

Nilai R-Square Kepuasan Pelanggan sebesar 0,454 berarti Manajemen Pelayanan (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) secara bersama-sama menerangkan 45,4% variasi Kepuasan Pelanggan (Y), dan 54,6% sisanya berasal dari faktor lain di luar model. Adjusted R-Square sebesar 0,443 ialah R-Square yang telah disesuaikan dengan jumlah prediktor dalam model. Jadi, model penelitian ini mampu menerangkan variasi Kepuasan Pelanggan melalui Manajemen Pelayanan dan Kualitas Pelayanan.

b. Uji Kolinearitas

Pengujian kolinearitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang terlalu tinggi antar indikator dalam model. Nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) digunakan sebagai dasar untuk melihat kemungkinan terjadinya masalah kolinearitas.

Tabel 4.12
Hasil Uji Kolinearitas

Indikator	VIF
X1.4	1,327
X1.5	1,329
X1.7	1,226
X2.1	1,358
X2.2	1,234
X2.7	1,349
Y.3	1,201
Y.4	1,268
Y.5	1,277

Sumber: Data diolah menggunakan SmartPLS, 2026

Uji VIF menunjukkan nilai seluruh indikator berada pada kisaran 1,201 sampai 1,358. Angka ini masih di bawah batas 5,00, sehingga tidak ada masalah kolinearitas yang berarti pada indikator dalam model.

Indikator yang dipertahankan pada model akhir pun layak dipakai untuk analisis berikutnya.

b. Uji Effect Size (f^2)

Pengujian f^2 digunakan untuk melihat besarnya kontribusi masing-masing variabel eksogen terhadap variabel endogen ketika variabel tersebut dimasukkan ke dalam model.

Tabel 4.13
Nilai *Effect Size* (f^2)

Hubungan	f^2
Manajemen Pelayanan (X_1) → Kepuasan Pelanggan (Y)	0,340
Kualitas Pelayanan (X_2) → Kepuasan Pelanggan (Y)	0,063

Sumber: Data diolah menggunakan SmartPLS, 2026.

Effect size (f^2) Manajemen Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan adalah 0,340, sedangkan f^2 Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan adalah 0,063. Angka ini menunjukkan bahwa dalam model ini sumbangan Manajemen Pelayanan pada perubahan Kepuasan Pelanggan tampak lebih besar daripada Kualitas Pelayanan. Nilai tersebut tidak menggantikan uji signifikansi, melainkan melengkapinya dengan informasi tentang besarnya kontribusi tiap konstruk.

4.2.4 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis bertujuan mengetahui apakah hubungan antara variabel independen dan dependen dalam model berpengaruh signifikan. Pengujian memakai prosedur *bootstrapping* pada SmartPLS 4 dengan taraf signifikansi 5%. Sebuah hipotesis dinyatakan didukung jika T-statistics melebihi 1,96 dan P-values kurang dari 0,05.

Tabel 4.14
Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Hubungan Antarvariabel	Original Sample (O)	T-*Statistics*	P-*Values*
H1	Manajemen Pelayanan (X1) → Kepuasan Pelanggan (Y)	0,522	5,334	0,000
H2	Kualitas Pelayanan (X2) → Kepuasan Pelanggan (Y)	0,224	2,203	0,028

Sumber: Data diolah menggunakan SmartPLS, 2026

Original sample sebesar 0,522 pada pengaruh Manajemen Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan menandakan hubungan yang positif. Nilai T-statistics 5,334 melebihi 1,96 dan P-values 0,000 lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian H1 diterima, yaitu Manajemen Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Adapun jalur Kualitas Pelayanan ke Kepuasan Pelanggan memiliki original sample 0,224 (arah positif), T-statistics 2,203 (lebih dari 1,96), dan P-values 0,028 (kurang dari 0,05).

Dengan begitu H2 diterima, yaitu Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan pada Kepuasan Pelanggan. Hasil pengujian dengan demikian memperlihatkan bahwa kedua variabel independen, Manajemen Pelayanan dan Kualitas Pelayanan, berhubungan positif dan signifikan dengan Kepuasan Pelanggan PT Aero Travel Indonesia.

4.3 Pembahasan Hasil Penelitian

Pembahasan ini menjelaskan temuan yang didapat setelah seluruh data dianalisis, dengan fokus pada pengaruh Manajemen Pelayanan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan PT Aero Travel Indonesia. Berdasarkan pengujian dengan SmartPLS 4, kedua variabel terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Temuan

tersebut kemudian ditelaah dengan mengaitkannya pada kondisi pelayanan di objek penelitian dan teori yang melandasinya.

4.3.1 Pengaruh Manajemen Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Uji hipotesis menunjukkan bahwa Manajemen Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan PT Aero Travel Indonesia di Ketapang, Pesawaran. Analisis menghasilkan original sample 0,522, T-statistics 5,334, dan P-values 0,000, sehingga hipotesis pertama (H1) diterima. Manajemen Pelayanan pun terbukti memengaruhi Kepuasan Pelanggan. Pengaruh positif tersebut menunjukkan bahwa penerapan manajemen pelayanan yang semakin baik berkaitan dengan semakin tingginya kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan. Pengelolaan pelayanan yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, pengendalian, serta sistem operasional pelayanan dapat membantu perusahaan menciptakan kegiatan pelayanan yang lebih terstruktur. Pelayanan yang dikelola secara terarah juga dapat memberikan konsistensi dalam proses pelayanan yang diterima pelanggan.

Pada kegiatan operasional PT Aero Travel Indonesia, manajemen pelayanan dapat tercermin melalui pengaturan jadwal keberangkatan, pembagian tugas kepada pihak yang terlibat dalam pelayanan, penerapan prosedur kerja, penyampaian informasi kepada pelanggan, serta pengawasan terhadap pelaksanaan kegiatan pelayanan. Pengelolaan berbagai aspek tersebut secara baik dapat membantu menciptakan proses pelayanan yang lebih tertib dan memberikan pengalaman yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Manajemen Pelayanan merupakan aspek yang patut diperhatikan dalam pengelolaan layanan perusahaan. Temuan tersebut bisa menjadi bahan evaluasi, yaitu mempertahankan kegiatan pelayanan yang sudah baik sambil membenahi bagian yang belum optimal.

Dengan pengelolaan yang lebih sistematis dan konsisten, perusahaan dapat menghadirkan pengalaman pelayanan yang lebih baik, yang sekaligus mendukung peningkatan Kepuasan Pelanggan.

4.3.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan uji hipotesis dengan SmartPLS 4, Kualitas Pelayanan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan PT Aero Travel Indonesia. *Bootstrapping* menghasilkan original sample 0,224, T-statistics 2,203, dan P-values 0,028. Karena T-statistics melampaui ambang 1,96 dan P-values lebih kecil dari 0,05, hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan dinyatakan signifikan. Hipotesis kedua (H2) terbukti: Kualitas Pelayanan berdampak positif dan signifikan pada Kepuasan Pelanggan. Hasil yang senada dilaporkan Mumtaza dan Millanyani (2023) di Urbans Travel, di mana kelima dimensi kualitas pelayanan *(assurance, reliability, empathy, responsiveness, dan tangible)* masing-masing terbukti meningkatkan kepuasan pelanggan secara signifikan.

Dengan demikian, kualitas pelayanan menjadi salah satu hal yang berkaitan dengan cara pelanggan menilai jasa perjalanan yang mereka gunakan. Penelitian Subawa dan Sulistyawati (2020) pada Lila Tour and Travel memperlihatkan hasil yang mirip. Berdasarkan data 100 responden, studi itu menemukan pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, serta menggarisbawahi perlunya perusahaan melayani dengan cepat, menanggapi keluhan, memahami kebutuhan pelanggan, dan menyediakan informasi yang dibutuhkan. Hal ini berkaitan dengan sifat layanan di perusahaan travel, sebab pelanggan berhubungan langsung dengan perusahaan sepanjang memakai jasa.

Secara empiris, keterkaitan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan tampak dari pengalaman pelanggan saat dilayani. Kualitas pelayanan di sini diukur melalui lima dimensi SERVQUAL: keandalan *(reliability)*, daya tanggap *(responsiveness)*, jaminan *(assurance)*, empati

(empathy), dan bukti fisik *(tangibles).* Melalui dimensi-dimensi itu pelanggan dapat menakar apakah layanan yang diterima cocok dengan kebutuhan dan harapannya. Pada PT Aero Travel Indonesia, kualitas pelayanan terlihat dalam rangkaian pengalaman pelanggan, mulai dari mencari informasi perjalanan hingga memakai jasa travel.

Keandalan berarti perusahaan melayani secara tepat dan sesuai janji. Daya tanggap berarti petugas bersedia membantu pelanggan serta menanggapi pertanyaan atau kendala. Jaminan berarti pelanggan merasa aman dan percaya pada layanan yang diberikan. Selanjutnya, empati menunjukkan perhatian perusahaan terhadap kebutuhan pelanggan, sedangkan bukti fisik dapat terlihat dari kondisi kendaraan, fasilitas pelayanan, dan aspek fisik lainnya yang mendukung kegiatan pelayanan.

Hubungan tersebut juga berkaitan dengan beberapa kondisi yang menjadi dasar penelitian. Dalam latar belakang penelitian ditemukan adanya permasalahan seperti keterlambatan keberangkatan, penyampaian informasi yang belum sepenuhnya optimal, kondisi kendaraan atau fasilitas yang belum konsisten, serta penanganan keluhan yang masih perlu ditingkatkan. Kondisi tersebut dapat memengaruhi pengalaman pelanggan dalam menggunakan jasa travel. Layanan yang lebih konsisten membantu perusahaan menghadirkan pengalaman yang lebih cocok dengan kebutuhan pelanggan.

Layanan yang informasinya jelas, tanggap terhadap kebutuhan, memberi rasa aman, menunjukkan perhatian, dan didukung fasilitas memadai cenderung menghasilkan penilaian yang lebih baik. Ketika layanan sesuai harapan, peluang terbentuknya kepuasan pun lebih besar. Kualitas pelayanan karenanya bukan hanya soal cara layanan diberikan, tetapi juga soal bagaimana pelanggan menilai pengalaman mereka selama memakai jasa perusahaan. EDT, teori yang mendasari penelitian ini, dapat menjelaskan temuan tersebut.

Menurut teori ini, kepuasan tercipta dari perbandingan harapan awal pelanggan dengan kinerja layanan yang ia rasakan kemudian. Layanan yang cocok atau hampir cocok dengan harapan akan dinilai lebih baik,

sedangkan jarak yang lebar antara harapan dan layanan berpotensi menurunkan penilaian. Berdasarkan pengujian dan pembahasan di atas, Kualitas Pelayanan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan PT Aero Travel Indonesia. Ini berarti mutu layanan yang diberikan perusahaan berkaitan dengan tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan

Layanan yang lebih andal, tanggap, meyakinkan, peduli pada kebutuhan pelanggan, dan ditunjang fasilitas yang terjaga akan membuat pelayanan lebih sesuai dengan harapan pelanggan.

4.3.3 Pengaruh Manajemen Pelayanan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil evaluasi model struktural melalui SmartPLS 4 menempatkan Manajemen Pelayanan (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) sebagai variabel eksogen yang menerangkan Kepuasan Pelanggan (Y) selaku variabel endogen. Pengujian menghasilkan R-Square sebesar 0,454 dan *Adjusted* R-Square sebesar 0,443. Artinya, secara bersama-sama kedua variabel eksogen mampu menerangkan 45,4% variasi Kepuasan Pelanggan, sedangkan 54,6% sisanya dipengaruhi faktor lain yang tidak termasuk dalam model. *Adjusted* R-Square sebesar 0,443 menggambarkan kemampuan model setelah memperhitungkan banyaknya variabel prediktor. Angka ini memperlihatkan bahwa Manajemen Pelayanan dan Kualitas Pelayanan berkaitan dengan variasi Kepuasan Pelanggan PT Aero Travel Indonesia.

Namun demikian, ada faktor lain di luar model yang ikut membentuk kepuasan pelanggan. Pengaruh masing-masing variabel terhadap Kepuasan Pelanggan juga dikuatkan oleh hasil uji hipotesis. Untuk Manajemen Pelayanan, diperoleh original sample 0,522, T-statistics 5,334, dan P-values 0,000. Untuk Kualitas Pelayanan, diperoleh original sample 0,224, T-statistics 2,203, dan P-values 0,028.

Kedua variabel memenuhi kriteria uji (T-statistics di atas 1,96 dan P-values di bawah 0,05), sehingga masing-masing berpengaruh positif

dan signifikan pada Kepuasan Pelanggan. Temuan tersebut dapat dipahami dari kondisi pelayanan yang diterima pelanggan PT Aero Travel Indonesia. Manajemen pelayanan berkaitan dengan bagaimana kegiatan pelayanan direncanakan, diorganisasikan, dilaksanakan, dan dikendalikan agar dapat berjalan sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Di sisi lain, kualitas pelayanan tercermin dari pengalaman pelanggan ketika menerima layanan, seperti ketepatan dan keandalan pelayanan, kecepatan dalam memberikan tanggapan, kemampuan memberikan rasa percaya, perhatian kepada pelanggan, serta kondisi fasilitas yang digunakan.

Beberapa kondisi pelayanan yang menjadi perhatian dalam penelitian ini, seperti keterlambatan keberangkatan, penyampaian informasi yang belum optimal, kondisi kendaraan atau fasilitas yang belum selalu konsisten, serta penanganan keluhan pelanggan, menunjukkan bahwa kedua aspek tersebut berkaitan dengan pengalaman pelanggan selama menggunakan jasa travel. Temuan ini juga sejalan dengan hasil Supardi, Tazkia, dan Mulyati (2022), yang menyimpulkan bahwa manajemen mutu pelayanan memberi sumbangan positif dan signifikan bagi kepuasan pelanggan. Mumtaza dan Millanyani (2023) turut melaporkan bahwa pada layanan travel, kualitas pelayanan memengaruhi kepuasan pelanggan secara positif dan signifikan. Kedua studi terdahulu tersebut menguatkan hasil penelitian ini, walaupun objek dan profil respondennya tidak sepenuhnya serupa.

Ditinjau dari *Expectancy Disconfirmation Theory* (EDT), kepuasan muncul dari pembandingan antara harapan sebelum layanan diterima dengan pengalaman sesudahnya. Kepuasan cenderung naik ketika layanan memenuhi atau melampaui harapan. Untuk itu, tata kelola pelayanan yang baik dan mutu yang konsisten sama-sama dibutuhkan agar pelanggan memperoleh pengalaman sesuai harapannya. Hasil ini menegaskan peran penting Manajemen Pelayanan dan Kualitas Pelayanan dalam menerangkan Kepuasan Pelanggan PT Aero Travel

Indonesia: keduanya bersama-sama menerangkan 45,4% variasinya, sementara 54,6% sisanya terkait faktor lain yang berada di luar model.

Secara individual, masing-masing variabel juga menunjukkan hubungan yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan berdasarkan hasil pengujian hipotesis.

BAB V
PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan tentang "Peningkatan Kepuasan Pelanggan melalui Manajemen Pelayanan dan Kualitas Pelayanan pada PT Aero Travel Indonesia (Studi Kasus: Ketapang, Pesawaran)", kesimpulan yang dapat ditarik adalah sebagai berikut:

1. **Manajemen Pelayanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Aero Travel Indonesia.**

   Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan pelayanan menjadi salah satu bagian yang berperan dalam membentuk kepuasan pelanggan. Pelayanan yang dikelola melalui proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, pengendalian, serta sistem operasional yang baik dapat membantu perusahaan memberikan layanan secara lebih terarah dan konsisten. Dalam konteks PT Aero Travel Indonesia, pengelolaan tersebut berkaitan dengan berbagai aktivitas pelayanan, mulai dari pengaturan jadwal dan proses pemesanan, penyampaian informasi kepada pelanggan, pelaksanaan perjalanan, hingga penanganan keluhan. Semakin baik proses pelayanan dikelola, semakin besar peluang terciptanya pengalaman yang sesuai dengan harapan pelanggan.

2. **Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Aero Travel Indonesia.**

   Temuan penelitian memperlihatkan bahwa kualitas pelayanan yang dirasakan pelanggan merupakan bagian penting dalam membentuk kepuasan. Aspek keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik menjadi bagian dari pengalaman pelanggan ketika menggunakan jasa travel. Dalam pelaksanaannya, pelanggan tidak hanya memperhatikan pelayanan yang diberikan pada saat perjalanan berlangsung, tetapi juga menilai ketepatan informasi, ketepatan waktu keberangkatan, kondisi kendaraan dan fasilitas, serta respons perusahaan ketika terdapat pertanyaan maupun keluhan. Oleh sebab itu, pelayanan yang mampu memenuhi kebutuhan dan

harapan pelanggan akan memberikan pengalaman yang lebih baik dan mendukung terbentuknya kepuasan.

3. **Manajemen Pelayanan dan Kualitas Pelayanan merupakan dua aspek yang berkaitan dengan Kepuasan Pelanggan pada PT Aero Travel Indonesia.**

   Dua hal perlu dibedakan. Manajemen pelayanan mengacu pada cara perusahaan menata dan menjalankan seluruh proses layanan, sedangkan kualitas pelayanan mengacu pada penilaian pelanggan terhadap layanan yang ia alami sendiri. Keduanya bersifat saling melengkapi dalam membentuk pengalaman pengguna jasa travel, dan itu konsisten dengan Expectancy Disconfirmation Theory (EDT) yang menempatkan kepuasan sebagai hasil pembandingan harapan awal dengan pengalaman nyata. Dengan demikian, upaya menaikkan kepuasan perlu dibarengi pembenahan tata kelola internal, bukan hanya perbaikan layanan yang terlihat oleh pelanggan.

   Secara umum, penelitian ini memperlihatkan bahwa kepuasan pelanggan PT Aero Travel Indonesia sangat terkait dengan cara layanan dikelola dan cara layanan itu dirasakan pelanggan. Ketepatan waktu keberangkatan, kejelasan informasi, kondisi fasilitas kendaraan, dan penanganan keluhan perlu diperhatikan agar layanan lebih sesuai dengan harapan pelanggan. Dengan pengelolaan yang lebih terarah dan kualitas layanan yang terus dibenahi, perusahaan dapat menghadirkan pengalaman perjalanan yang lebih baik.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian tentang "Peningkatan Kepuasan Pelanggan melalui Manajemen Pelayanan dan Kualitas Pelayanan pada PT Aero Travel Indonesia (Studi Kasus: Ketapang, Pesawaran)", saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

1. **Bagi PT Aero Travel Indonesia**

   PT Aero Travel Indonesia diharapkan dapat terus meningkatkan pengelolaan pelayanan secara terencana dan konsisten. Hal tersebut dapat

dilakukan melalui perbaikan dalam pengaturan jadwal perjalanan, pembagian tugas, pelaksanaan kegiatan pelayanan, serta pengawasan terhadap operasional perusahaan. Pengelolaan yang lebih baik akan membantu setiap bagian pelayanan menjalankan tugasnya secara jelas dan terarah. Perusahaan juga perlu melakukan evaluasi secara berkala untuk mengetahui bagian pelayanan yang masih mengalami kendala sehingga perbaikan dapat dilakukan secara berkelanjutan.

2. **Dalam meningkatkan kualitas pelayanan**

   Perusahaan perlu memberikan perhatian lebih terhadap ketepatan waktu keberangkatan, kejelasan informasi yang diberikan kepada pelanggan, kondisi kendaraan dan fasilitas pendukung, serta respons terhadap keluhan pelanggan. Informasi mengenai jadwal maupun perjalanan sebaiknya disampaikan secara jelas dan tepat agar tidak menimbulkan kesalahpahaman. Pemeriksaan kendaraan dan fasilitas secara rutin juga perlu dilakukan untuk menjaga kenyamanan pelanggan. Selain itu, penanganan pertanyaan dan keluhan pelanggan sebaiknya dilakukan dengan cepat, ramah, dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

3. **Bagi peneliti**

   Penelitian berikutnya dapat memperluas kajian kepuasan pelanggan dengan menambahkan faktor lain yang belum dibahas di sini. Objeknya pun bisa dialihkan ke perusahaan travel atau wilayah lain agar gambaran tentang pelayanan jasa transportasi lebih luas. Pendekatan dan metode yang berbeda juga dapat dipakai untuk memahami pengalaman pelanggan secara lebih mendalam.

4. **Bagi pengembangan penelitian di bidang akademik**

   Temuan penelitian ini diharapkan bermanfaat sebagai rujukan bagi studi tentang manajemen pelayanan, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan, terutama di sektor jasa transportasi dan travel. Peneliti selanjutnya dapat memperluas kajian pada objek dengan kondisi dan karakteristik yang berbeda agar pengetahuan tentang pelayanan dan kepuasan pelanggan terus berkembang.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini sudah dijalankan sesuai tujuan dan metode yang ditetapkan. Meski begitu, pelaksanaannya masih memiliki sejumlah keterbatasan yang perlu dipertimbangkan saat memaknai hasilnya, yaitu sebagai berikut:

1. **Penelitian hanya dilakukan pada PT Aero Travel Indonesia di Ketapang, Pesawaran.**

   Karena itu, temuan penelitian ini lebih mencerminkan keadaan manajemen pelayanan, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan pada PT Aero Travel Indonesia sebagai objek penelitian. Hasilnya belum dapat serta-merta digeneralisasi ke perusahaan travel lain yang karakteristik operasional dan pelanggannya berbeda.

2. **Responden penelitian dibatasi pada pelanggan yang telah menggunakan jasa PT Aero Travel Indonesia dalam enam bulan terakhir.**

   Pembatasan tersebut dilakukan agar responden masih memiliki pengalaman yang cukup aktual mengenai pelayanan perusahaan. Namun, setiap pelanggan memiliki pengalaman dan harapan yang berbeda, sehingga penilaian yang diberikan terhadap pelayanan yang diterima juga dapat beragam.

3. **Jumlah populasi pelanggan PT Aero Travel Indonesia tidak diketahui secara pasti.**

   Kondisi itu mendasari penggunaan teknik purposive sampling dengan kriteria responden yang sudah ditetapkan. Karena itu, hasil penelitian harus dipahami sesuai karakteristik responden yang menjadi sampel, dan tidak dimaksudkan mewakili seluruh pengguna jasa travel.

4. **Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner.**

   Data yang terkumpul bergantung pada pemahaman dan jawaban tiap responden. Akibatnya, pengalaman pelanggan yang lebih mendalam terkait pelayanan perusahaan belum sepenuhnya tertangkap lewat jawaban kuesioner, misalnya alasan pelanggan menilai ketepatan waktu, penyampaian informasi, fasilitas kendaraan, ataupun penanganan keluhan.

5. **Variabel yang digunakan dalam penelitian terbatas pada Manajemen Pelayanan, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Pelanggan.**

   Penelitian ini belum membahas faktor-faktor lain di luar variabel tersebut yang mungkin turut berkaitan dengan kepuasan pelanggan. Dengan demikian, masih terdapat ruang untuk mengembangkan penelitian melalui penambahan variabel lain yang relevan dengan kondisi jasa travel.
6. **Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan analisis PLS-SEM menggunakan SmartPLS.**

   Pendekatan tersebut digunakan untuk melihat hubungan antarvariabel berdasarkan data yang diperoleh dari responden. Namun, penelitian ini belum menggali pengalaman pelanggan secara kualitatif dan lebih rinci mengenai keseluruhan proses pelayanan, mulai dari memperoleh informasi, melakukan pemesanan, menggunakan layanan perjalanan, sampai dengan menyampaikan keluhan.

Mengingat keterbatasan tersebut, hasil penelitian ini perlu dibaca sesuai dengan objek, karakteristik responden, variabel, serta metode pengumpulan dan analisis datanya. Keterbatasan itu dapat menjadi pertimbangan bagi peneliti selanjutnya untuk memperluas objek, melibatkan responden yang lebih beragam, menambah variabel yang relevan, dan memakai pendekatan yang mampu menggali pengalaman serta kepuasan pelanggan jasa travel secara lebih dalam.

DAFTAR PUSTAKA

Bachtiar, M. Y., Ismiyah, E., & Rizqi, A. W. (2022). Analisis kualitas pelayanan dengan metode SERVQUAL guna meningkatkan kepuasan pelanggan pada pelayanan jasa transportasi Terminal Maulana Malik Ibrahim. *Jurnal Teknik Industri, 8*(2), 362–368. https://doi.org/10.24014/jti.v8i2.20075

Cronin, J. J., Jr., & Taylor, S. A. (1992). *Measuring service quality: A reexamination and extension. Journal of Marketing, 56*(3), 55–68. https://doi.org/10.1177/002224299205600304

Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial least squares: Konsep, teknik dan aplikasi menggunakan program SmartPLS 3.0 untuk penelitian empiris* (Ed. ke-2). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis* (7th ed.). Pearson Prentice Hall.

Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)* (3rd ed.). SAGE Publications.

Hamid, H., Yusran, H. L., Bilkis, A., Fathurrahman, D. A., & Rapilau. (2026). Analisis kualitas pelayanan online travel agent menggunakan SERVQUAL pada pengguna Traveloka di Jakarta. *Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial, 7*(2), 79–85. https://doi.org/10.36722/jaiss.v7i2.5313

Istighfarnissa, N., Pradhanawati, A., & Prabawani, B. (2022). Pengaruh *E-Service Quality* dan *E-Trust* terhadap *E-Loyality* dengan *E-Satisfaction* sebagai variabel *intervening* (Studi pada pembelian tiket di situs Traveloka). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 11*(3), 399–410. https://doi.org/10.14710/jiab.2022.34880

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed., Global ed.). *Pearson Education Limited.*

Lovelock, C. H., & Wirtz, J. (2022). *Services marketing: People, technology, strategy* (9th ed.). *World Scientific.*

Lupiyoadi, R. (2018). *Manajemen pemasaran jasa: Berbasis kompetensi* (Ed. ke-3). Salemba Empat.

Moenir, H. A. S. (2016). *Manajemen pelayanan umum di Indonesia*. Bumi Aksara.

Mumtaza, F. A., & Millanyani, H. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Urbans Travel. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA), 7*(2), 1645–1661. https://doi.org/10.31955/mea.v7i2.3242

Oliver, R. L. (1980). *A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions*. *Journal of Marketing Research, 17*(4), 460–469. https://doi.org/10.1177/002224378001700405

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: *A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality*. *Journal of Retailing, 64*(1), 12–40.

Permana, I. N. W. A., Aryasih, P. A., & Puja, I. B. P. (2024). *The impact of tour guide service quality and tourist experience towards tourist satisfaction in Discova Indonesia Tour and Travel*. *J-TRUE: Journal of Travel and Leisure, 1*(2), 73–78. https://doi.org/10.52352/jtrue.v1i2.1657

Ratminto, & Winarsih, A. S. (2018). *Manajemen pelayanan: Pengembangan model konseptual, penerapan citizen's charter dan standar pelayanan minimal*. Pustaka Pelajar.

Subawa, I. G. B., & Sulistyawati, E. (2020). Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi. *E-Jurnal Manajemen, 9*(2), 718–736. https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2020.v09.i02.p16

Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Supardi, E., Tazkia, S., & Mulyati, S. (2022). Manajemen mutu pelayanan publik kontribusinya terhadap kepuasan pelanggan di Bale Madukara Kabupaten Purwakarta. *Jurnal MANAJERIAL, 21*(2).

Suryawan, R. F., Pahala, Y., Maianto, T., & Febrian, W. D. (2025). *Enhancing customer loyalty through customer satisfaction of service quality and brand image in travel companies. Jurnal Manajemen Industri dan Logistik, 9*(1), 54–69. https://doi.org/10.30988/jmil.v9i1.1555

Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran jasa: Prinsip, penerapan, dan penelitian* (Ed. ke-2). Andi.

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm* (7th ed.). McGraw-Hill Education.

Ziska, D. A., Darmawan, C., & Pohan, H. A. (2023). Pengaruh manajemen pelayanan terhadap kepuasan jama'ah umrah di Fairuz Tour Kota Palembang. *ULIL ALBAB: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, *2*(7). https://doi.org/10.56799/jim.v2i7.1732

LAMPIRAN

Lampiran 1 Angket Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

PENINGKATAN KEPUASAN PELANGGAN MELALUI MANAJEMEN PELAYANAN DAN KUALITAS PELAYANAN PADA PT AERO TRAVEL INDONESIA (STUDI KASUS: KETAPANG PESAWARAN)

A. Identitas Responden

Kuesioner ini ditujukan kepada pelanggan yang pernah menggunakan jasa PT Aero Travel Indonesia. Data yang diberikan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian dan akan dijaga kerahasiaannya.

Berikan tanda centang (✓) pada jawaban yang sesuai.

1. Nama Lengkap
2. Jenis Kelamin
   - ☐ Laki-laki
   - ☐ Perempuan
3. Usia
   - ☐ 17–25 tahun
   - ☐ 25–33 tahun
   - ☐ 33–41 tahun
   - ☐ 41–49 tahun
   - ☐ >49 tahun
4. Frekuensi menggunakan jasa PT Aero Travel Indonesia
   - ☐ 1 kali
   - ☐ 2–3 kali
   - ☐ 4–5 kali
   - ☐ >5 kali

5. Waktplu terakhir menggunakan jasa PT Aero Travel Indonesia

   ☐ Kurang dari 1 bulan

   ☐ 1–3 bulan

   ☐ 4–6 bulan

B. Petunjuk Pengisian

Berikan tanda centang (✓) pada salah satu jawaban yang paling sesuai dengan pengalaman dan pendapat Anda setelah menggunakan jasa PT Aero Travel Indonesia. Tidak ada jawaban benar atau salah. Jawablah berdasarkan pengalaman Anda sendiri ketika menggunakan jasa PT Aero Travel Indonesia.

Tabel Skala Likert

SKOR	KETERANGAN
5	Sangat Setuju (SS)
4	Setuju (S)
3	Netral (N)
2	Tidak Setuju (TS)
1	Sangat Tidak Setuju (STS)

A. VARIABEL MANAJEMEN PELAYANAN (X_1)

NO	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
1	Saya memperoleh informasi jadwal perjalanan dari PT Aero Travel Indonesia dengan jelas sebelum keberangkatan.					
2	Jadwal perjalanan yang diberikan PT Aero Travel Indonesia membantu saya mengetahui rencana perjalanan dengan baik.					
3	Setiap petugas PT Aero Travel Indonesia menjalankan tugasnya dengan baik selama proses pelayanan.					

4	Petugas saling bekerja sama dengan baik saat memberikan pelayanan kepada saya.					
5	Pelayanan yang saya terima berjalan sesuai dengan yang sudah dijelaskan sebelumnya.					
6	Saya merasa proses pelayanan berjalan lancar dari awal sampai akhir.					
7	PT Aero Travel Indonesia berusaha memastikan pelayanan kepada pelanggan berjalan dengan baik.					
8	Ketika saya mengalami masalah, PT Aero Travel Indonesia berusaha membantu menyelesaikannya.					
9	Saya merasa mudah saat melakukan pemesanan jasa PT Aero Travel Indonesia.					
10	Saya mudah mendapatkan informasi ketika membutuhkan informasi tentang perjalanan saya.					

B. KUALITAS PELAYANAN (X_2)

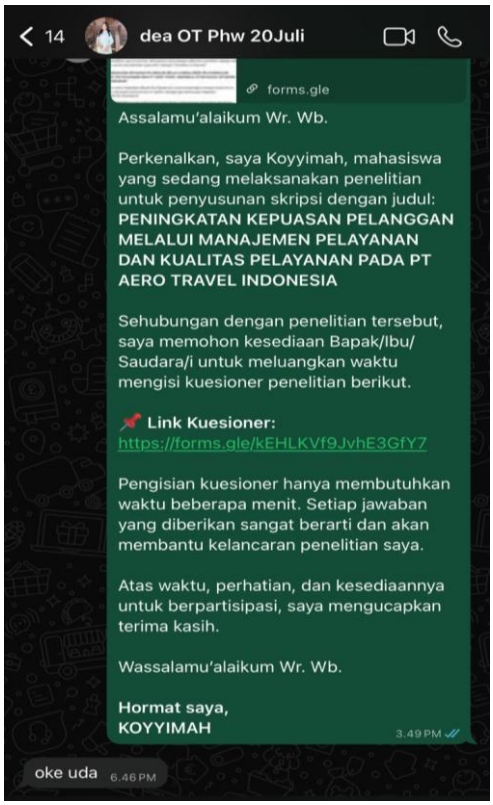
NO	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
1	PT Aero Travel Indonesia memberikan pelayanan sesuai dengan waktu yang dijanjikan.					
2	Pelayanan yang diberikan PT Aero Travel Indonesia sesuai dengan kebutuhan perjalanan saya.					
3	Petugas segera membantu ketika saya membutuhkan bantuan.					
4	Petugas cepat memberikan jawaban ketika saya bertanya.					

5	Saya merasa aman selama menggunakan jasa PT Aero Travel Indonesia.					
6	Saya merasa yakin dan percaya terhadap pelayanan yang diberikan petugas.					
7	Petugas memperhatikan kebutuhan saya selama menggunakan jasa travel.					
8	Petugas tetap ramah dan sopan saat melayani saya.					
9	Kendaraan atau armada yang saya gunakan terlihat bersih dan terawat.					
10	Fasilitas yang tersedia membuat saya merasa nyaman selama perjalanan.					

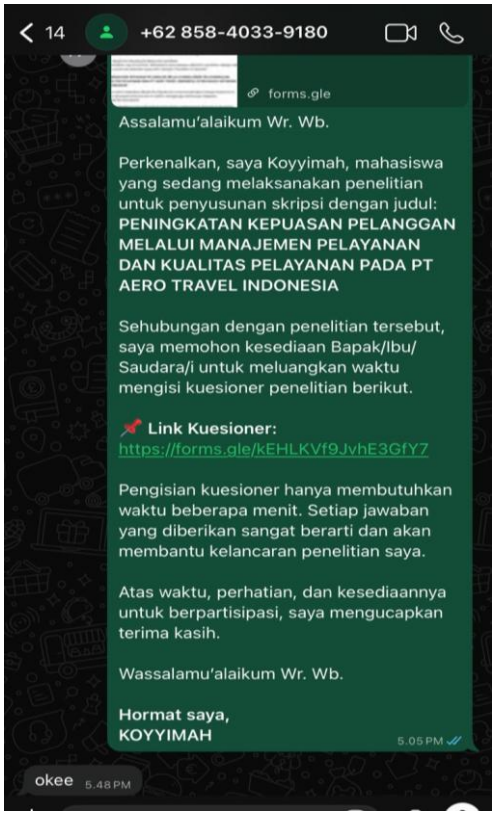
C. VARIABEL KEPUASAN PELANGGAN (Y)

NO	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
1	Saya merasa pelayanan yang saya terima sudah sesuai dengan harapan saya.					
2	Pelayanan yang saya terima sesuai dengan yang saya bayangkan sebelum menggunakan jasa PT Aero Travel Indonesia.					
3	Setelah menggunakan jasa PT Aero Travel Indonesia, saya ingin menggunakannya lagi.					
4	Jika membutuhkan jasa travel lagi, saya bersedia memilih PT Aero Travel Indonesia.					
5	Saya dengan senang hati akan merekomendasikan PT Aero Travel Indonesia kepada orang lain.					
6	Saya bersedia menyarankan keluarga atau teman untuk menggunakan jasa PT Aero Travel Indonesia.					

Lampiran 2 Data Penelitian









Lampiran 3 Hasil Uji

NO	MANAJEMEN PELAYANAN (X_1)										TOTAL X_1
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	
1	5	4	5	4	5	3	3	4	3	5	41
2	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	43
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
7	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
10	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	47
11	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49
12	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	37
13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
14	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	49
15	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	35
16	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
17	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	46
18	5	4	4	5	4	4	4	5	5	3	43
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
20	5	4	5	4	5	4	5	4	4	3	43
21	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	46
22	5	4	3	4	4	5	3	4	5	5	42
23	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49
24	3	2	4	4	3	2	5	4	3	2	32
25	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	44
26	5	5	4	5	3	3	4	4	4	4	41
27	4	5	4	3	4	4	5	5	4	3	41
28	4	5	3	4	5	4	4	4	3	5	41

29	4	4	4	3	4	3	5	4	4	5	40
30	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	44
31	4	5	4	4	4	4	5	4	3	4	41
32	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	48
33	4	4	5	3	4	2	3	4	4	5	38
34	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	45
35	4	5	3	4	4	5	4	4	3	4	40
36	4	3	4	5	5	4	5	4	4	5	43
37	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	43
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
40	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	42
41	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	45
42	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	46
43	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	45
44	4	5	3	3	4	4	4	4	5	4	40
45	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	33
46	4	5	4	4	3	3	4	3	4	5	39
47	4	5	5	4	3	4	3	4	4	5	41
48	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
49	5	4	4	5	5	4	3	2	4	3	39
50	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	44
51	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	45
52	4	5	4	4	5	4	4	5	3	5	43
53	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
54	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	45
55	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	43
56	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	46
57	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	44
58	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	43
59	4	5	4	4	3	3	4	4	5	4	40
60	5	4	5	3	4	5	3	2	4	5	40
61	4	5	4	3	4	5	4	3	5	4	41

62	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	44
63	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	44
64	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	45
65	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	45
66	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	47
67	3	4	5	5	4	4	5	4	5	3	42
68	4	3	5	4	4	5	4	5	4	4	42
69	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	46
70	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
71	4	4	3	4	4	5	5	4	5	4	42
72	4	5	3	4	4	5	5	4	5	5	44
73	4	5	5	4	4	3	5	2	5	4	41
74	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	44
75	5	4	4	5	5	4	4	3	5	5	44
76	4	5	5	4	3	4	5	4	4	4	42
77	5	5	4	4	5	5	4	3	3	3	41
78	4	5	5	4	4	3	5	5	4	4	43
79	5	4	5	4	4	5	3	4	4	5	43
80	4	4	3	4	3	3	4	5	5	4	39
81	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	36
82	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	40
83	5	4	3	4	4	5	4	3	5	4	41
84	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	42
85	5	4	4	4	5	3	3	4	5	5	42
86	3	3	2	3	1	4	2	3	4	3	28
87	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
88	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	46
89	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	46
90	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	42
91	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	45
92	4	5	4	4	4	4	4	5	3	4	41
93	4	5	4	4	3	4	4	5	4	3	40
94	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45

95	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	43
96	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
97	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
98	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	45
99	5	4	4	4	3	4	4	5	4	3	40
100	4	4	3	4	4	5	5	4	4	3	40

NO	**KUALITAS PELAYANAN (X_2)**										**TOTAL X_1**
	X2.1	**X2.2**	**X2.3**	**X2.4**	**X2.5**	**X2.6**	**X2.7**	**X2.8**	**X2.9**	**X2.10**	
1	3	5	4	3	5	4	5	5	4	4	42
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
6	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	48
7	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
8	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	39
9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
10	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	48
11	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
12	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39
13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
15	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	36
16	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
17	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42
18	5	3	5	5	4	5	4	4	5	4	44
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
20	5	4	4	3	4	4	5	4	3	4	40
21	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	38
22	4	4	3	2	4	5	4	4	3	4	37
23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
24	4	5	4	5	3	2	4	3	5	4	39

25	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	45
26	3	5	5	5	4	5	4	5	3	4	43
27	4	5	5	3	5	4	2	4	4	5	41
28	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	43
29	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	40
30	3	4	4	5	4	5	4	4	5	4	42
31	5	4	3	5	4	4	3	5	4	5	42
32	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
33	3	4	4	5	4	5	2	4	4	5	40
34	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	44
35	5	4	3	5	4	3	5	4	4	3	40
36	4	5	4	3	4	5	5	4	4	5	43
37	4	4	5	5	5	5	5	5	3	3	44
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
39	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	38
40	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
41	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	43
42	5	4	4	4	5	4	5	3	5	5	44
43	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	45
44	3	4	5	4	4	4	4	5	5	4	42
45	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	36
46	3	3	5	4	4	4	3	3	4	4	37
47	4	4	5	5	4	3	3	4	3	4	39
48	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
49	3	3	3	4	4	4	3	3	5	4	36
50	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	45
51	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	44
52	5	4	5	4	4	3	5	4	5	5	44
53	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	43
54	4	5	4	5	4	5	4	5	3	4	43
55	4	4	5	5	4	3	4	5	4	4	42
56	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	45
57	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	44

58	5	4	4	3	4	4	5	5	4	4	42
59	3	3	4	4	5	4	3	5	4	5	40
60	4	3	5	3	3	4	2	4	3	4	35
61	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
62	4	4	5	5	4	4	3	4	4	5	42
63	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	45
64	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	45
65	3	4	4	4	4	4	5	5	4	4	41
66	4	5	4	3	4	4	5	4	5	5	43
67	2	3	4	5	4	2	3	4	3	4	34
68	4	5	5	4	4	5	4	4	3	4	42
69	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	44
70	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
71	3	4	4	3	5	5	4	4	5	4	41
72	4	3	4	4	5	4	5	4	4	4	41
73	3	4	5	4	5	4	2	4	3	4	38
74	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	45
75	4	5	3	4	4	4	5	5	4	3	41
76	3	4	5	4	4	3	4	5	5	5	42
77	5	5	4	4	5	5	4	4	3	3	42
78	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	35
79	4	4	5	3	5	4	4	5	4	3	41
80	5	4	4	3	4	5	4	3	3	3	38
81	2	2	2	2	4	4	4	4	4	4	32
82	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	42
83	4	5	4	5	3	4	5	4	4	5	43
84	5	4	5	5	4	4	5	4	3	4	43
85	4	4	5	3	5	5	4	4	4	5	43
86	2	4	4	3	4	4	3	2	5	3	34
87	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
88	5	4	5	4	3	5	4	4	5	4	43
89	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	45
90	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	44

91	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	46
92	4	5	4	5	3	4	4	5	4	3	41
93	4	4	3	3	4	4	4	3	4	5	38
94	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	45
95	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	43
96	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
97	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
98	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	45
99	4	5	5	3	5	5	4	4	4	4	43
100	4	4	4	5	5	5	4	3	4	4	42

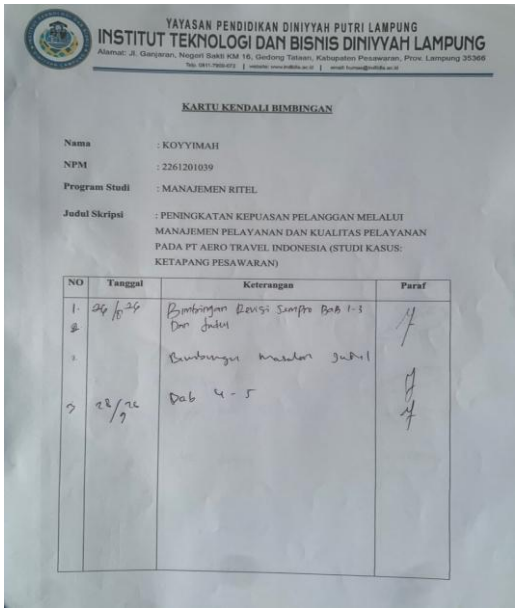
NO	**KEPUASAN PELANGGAN (Y)**						**TOTAL X_1**
	Y1	**Y2**	**Y3**	**Y4**	**Y5**	**Y6**	
1	5	4	4	4	4	5	26
2	4	4	4	4	5	5	26
3	4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	4	24
5	4	4	4	4	4	4	24
6	5	4	5	5	5	5	29
7	3	3	3	3	3	3	18
8	4	4	4	4	4	4	24
9	5	5	5	5	5	5	30
10	5	5	5	5	5	5	30
11	5	4	5	5	5	5	29
12	4	4	4	3	4	3	22
13	5	5	5	5	5	5	30
14	5	5	5	5	5	5	30
15	3	4	3	4	3	4	21
16	5	5	5	5	5	5	30
17	5	5	5	5	5	4	29
18	4	5	5	5	4	5	28
19	5	5	5	5	5	5	30

20	5	4	5	4	5	4	27
21	4	4	4	4	4	4	24
22	5	2	3	4	4	5	23
23	5	5	5	5	5	5	30
24	3	2	4	5	4	3	21
25	4	4	5	5	4	5	27
26	5	5	4	4	3	3	24
27	5	4	3	4	5	5	26
28	5	4	5	5	5	4	28
29	3	4	4	5	4	4	24
30	5	5	5	4	5	4	28
31	5	5	4	4	4	5	27
32	5	5	5	5	5	5	30
33	3	2	4	5	4	5	23
34	4	4	5	4	5	5	27
35	5	4	4	5	3	5	26
36	4	5	4	5	5	4	27
37	4	4	4	3	3	3	21
38	4	4	4	4	4	4	24
39	4	3	3	4	4	4	22
40	4	4	4	4	4	5	25
41	4	4	4	4	4	4	24
42	5	4	4	5	5	4	27
43	5	4	5	5	4	5	28
44	4	4	5	4	4	5	26
45	4	3	3	4	3	4	21
46	4	4	3	3	4	4	22
47	3	4	5	3	3	3	21
48	3	4	5	4	5	4	25
49	5	4	3	5	5	5	27
50	4	4	4	5	4	5	26
51	4	4	4	5	4	4	25
52	4	5	4	5	5	3	26

53	4	4	4	4	4	4	24
54	5	4	5	4	5	4	27
55	4	4	4	4	4	4	24
56	4	5	5	5	5	5	29
57	4	5	4	5	5	4	27
58	4	4	5	4	4	5	26
59	4	5	4	3	4	4	24
60	2	3	3	4	4	5	21
61	5	4	5	4	5	4	27
62	4	5	4	4	5	4	26
63	4	5	4	4	5	4	26
64	5	4	5	4	4	5	27
65	5	4	3	5	4	4	25
66	4	4	4	5	4	4	25
67	5	5	4	4	5	4	27
68	4	4	4	4	3	5	24
69	4	4	4	3	4	4	23
70	4	5	4	4	4	4	25
71	4	5	4	4	5	3	25
72	4	4	4	4	4	5	25
73	5	4	4	5	5	3	26
74	4	4	4	5	5	5	27
75	4	3	4	4	5	4	24
76	4	5	3	5	4	4	25
77	5	5	4	4	5	5	28
78	4	5	4	4	3	3	23
79	5	5	4	4	5	5	28
80	3	5	4	4	4	4	24
81	4	4	4	2	4	4	22
82	5	4	5	5	4	4	27
83	3	5	4	3	2	4	21
84	5	4	4	4	5	5	27
85	5	4	3	3	4	3	22

86	4	4	3	4	5	3	23
87	4	4	4	4	4	4	24
88	5	5	4	5	4	5	28
89	5	5	5	5	5	4	29
90	4	4	4	4	5	5	26
91	5	4	4	5	5	4	27
92	2	3	3	3	4	3	18
93	4	5	5	4	3	4	25
94	4	5	4	4	5	4	26
95	3	4	3	4	4	5	23
96	4	5	4	5	4	5	27
97	4	3	5	4	5	4	25
98	5	4	5	4	5	5	28
99	5	5	3	3	3	3	22
100	4	4	4	4	5	5	26

Lampiran 4 Form Bimbingan

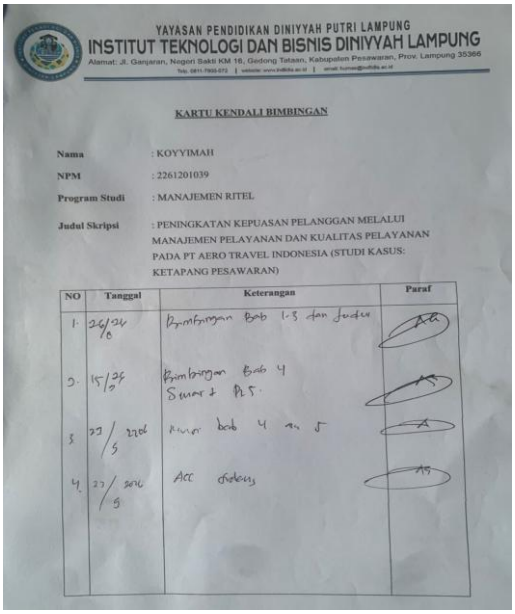


YAYASAN PENDIDIKAN DINIYYAH PUTRI LAMPUNG
INSTITUT TEKNOLOGI DAN BISNIS DINIYYAH LAMPUNG
Alamat: Jl. Ganjaran, Negori Sakti KM 16, Gedong Tataan, Kabupaten Pesawaran, Prov. Lampung 35366

KARTU KENDALI BIMBINGAN

Nama : KOYYIMAH
NPM : 2261201039
Program Studi : MANAJEMEN RITEL
Judul Skripsi : PENINGKATAN KEPUASAN PELANGGAN MELALUI MANAJEMEN PELAYANAN DAN KUALITAS PELAYANAN PADA PT AERO TRAVEL INDONESIA (STUDI KASUS: KETAPANG PESAWARAN)

NO	Tanggal	Keterangan	Paraf
1.	26/10/26	Bimbingan Revisi Sampai Bab 1-3 Dan Judul	
2.		Bimbingan mengubah judul	
3.	22/12/26	Bab 4 - 5	



YAYASAN PENDIDIKAN DINIYYAH PUTRI LAMPUNG
INSTITUT TEKNOLOGI DAN BISNIS DINIYYAH LAMPUNG
Alamat: Jl. Ganjaran, Negori Sakti KM 16, Gedong Tataan, Kabupaten Pesawaran, Prov. Lampung 35366

KARTU KENDALI BIMBINGAN

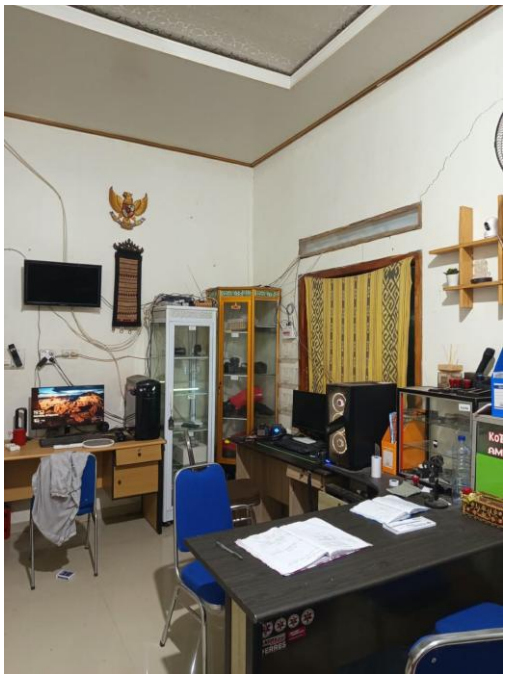
Nama : KOYYIMAH
NPM : 2261201039
Program Studi : MANAJEMEN RITEL
Judul Skripsi : PENINGKATAN KEPUASAN PELANGGAN MELALUI MANAJEMEN PELAYANAN DAN KUALITAS PELAYANAN PADA PT AERO TRAVEL INDONESIA (STUDI KASUS: KETAPANG PESAWARAN)

NO	Tanggal	Keterangan	Paraf
1.	26/10/26	Bimbingan Bab 1-3 dan judul	
2.	15/12/26	Bimbingan Bab 4 Smart PLS	
3.	22/12/2026	Revisi bab 4 dan 5	
4.	27/12/2026	Acc sidang	

Lampiran 5 Dokumentasi Penelitian

Office PT Aero Travel Indonesia







Armada Penyebrangan PT Aero Travel Indonesia



