

INTISARI

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNA JASA MASKAPAI LION AIR DI YOGYAKARTA INTERNATIONAL AIRPORT

Oleh

Tasya Nur' Anisa Fadilla

NIT: 170309160

Bandar udara atau sering disingkat bandara merupakan sebuah fasilitas dimana pesawat terbang seperti pesawat udara dan helikopter dapat lepas landas dan mendarat. Suatu bandar udara yang paling sederhana minimal memiliki sebuah landasan pacu atau helipad, sedangkan untuk bandara-bandara besar biasanya dilengkapi dengan berbagai fasilitas lain, baik untuk operator layanan penerbangan maupun bagi penggunanya seperti bangunan terminal dan hanggar. Kualitas produk dan kualitas pelayanan adalah beberapa aspek yang sangat penting karena konsumen menginginkan produk dan pelayanan yang sesuai dengan yang mereka harapkan. Penelitian ini untuk mengetahui bagaimana bagaimana pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pengguna jasa maskapai Lion Air di Yogyakarta International Airport.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif yang pada dasarnya ingin menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui penyebaran kusioner. Banyaknya sampel yang diteliti adalah 84 responden yang merupakan pelanggan maskapai Lion Air di Yogyakarta International Airport.

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh kesimpulan bahwa persamaan regresi linier berganda untuk pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan

terhadap keputusan pengguna jasa adalah H1 diterima memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pengguna jasa dengan nilai Thitung $3,388 >$ nilai Ttabel 1.9896 dan dengan nilai signifikan $0,01 < 0,05$. Sedangkan H2 diterima memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pengguna jasa dengan nilai Thitung $3,355 >$ nilai Ttabel 1.9896, dan dengan nilai signifikan $0,01 < 0,05$. Dengan nilai signifikan lebih kecil atau dibawah 0,05. Serta H3 diterima yaitu terdapat pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pengguna jasa maskapai Lion Air di Yogyakarta International Airport dengan Fhitung sejumlah $48,249 >$ nilai Ftabel 3.11, dan dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$, adapun untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dapat dilihat pada nilai adjustet Rsquer sebesar 0.532, yang artinya kualitas produk dan kualitas pelayanan kontribusi 0,53; atau 53% terhadap variabel keputusan pengguna jasa dan sisanya sebesar 46.8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh peneliti.



ABSTRACT

THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY AND SERVICE QUALITY ON THE DECISION OF LION AIR AIRPORT SERVICE USERS IN YOGYAKARTA INTERNATIONAL AIRPORT

Oleh

Tasya Nur'Anisa Fadilla

NIT: 170309169

Airport or often abbreviated as airport is a facility where airplanes such as airplanes and helicopters can take off and land. A simplest airport has at least a runway or helipad, while for large airports it is usually equipped with various other facilities, both for airplanes and for its users such as terminal buildings and hangars. product quality and service quality are some very important aspects because consumers want product and services that are in accordance with what they expect. This study is to determine how the influence of product quality and service quality on the decisions of Lion Air service users at Yogyakarta International Airport.

The method used in this research is a quantitative method which basically wants to test the truth of a hypothesis which is carried out through questionnaires. The number of sample studied were 84 respondents who were costumers of the Lion Air airline at Yogyakarta International Airport.

Based on the research results, it is conclude that the multiple linear regression equation for the effect of product quality and service quality on the service user decision is that H1 is accepted to have a significant effect on service user decision with a value of 1.9896 and with a significant value of $0.01 < 0,05$. Meanwhile, H2 is accepted to have a significant influence on service user decision with a value of $T_{count} 3.355 > T_{table}$ value of 1.9896, and with a significant value of $0.01 < 0.05$. with a significant value smaller or below 0.05. and H3 is accepted, that is, there is an effect of product quality and service

quality on the decision of Lion Air service at Yogyakarta International Airport with a Fcount of $48.249 > F_{table}$ value of 3.11, and with a significant value of $0.000 < 0.05$, as for knowing how much influence it can be seen is R square adjusted value of 0.532, which means product quality and quality service contributed 0.53: or 53% to the service user decision variable and the remaining 46.8% was influenced by other variables not examined by researcher.

