

### **BAB III**

## **GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

### **A. Gambaran Umum Indonesia AirAsia**

#### **1. Sejarah PT Indonesia AirAsia**

PT Indonesia AirAsia (dahulu dikenal sebagai PT AWAIR Internasional) dibentuk pada bulan September 1999 sebagai perusahaan swasta lokal di Indonesia. Pada Maret 2000, PT AWAIR Internasional diambil alih oleh sekelompok investor swasta yang dikepalai oleh Unn Harris dan Pin Harris yang kemudian secara penuh mengelola seluruh perusahaan. AWAIR mengadopsi model bisnis maskapai penerbangan dengan penuh dan beragam kelas dan pelayanan kabin yang lengkap.

AWAIR memperoleh ijin bisnis penerbangan udara berjadwal pada Mei 2000, dua armada A310-300 diantarkan ke AWAIR. AWAIR meluncurkan penerbangan perdananya dari Jakarta ke Surabaya, Medan, dan Balikpapan pada Juni 2000. Pada Desember 2000, AWAIR menambah armada A310-300 yang ketida dan membuka rute dari Jakarta ke Singapore, Denpasar dan Ujung Pandang.

AWAIR secara bertahap menurunkan kegiatan operasinya pada awal 2001 karena ketatnya kompetisi di Indonesia dalam mengikuti kebijakan sektor penerbangan Indonesia. Pada pertengahan 2004, AA International Limited (AAIL) sebuah perusahaan yang 99.8% sahamnya dimiliki oleh AirAsia Berhad menunjukkan ketertarikannya terhadap AWAIR dan memulai pembicaraan

dengan para pemegang saham AWAIR untuk mengambil alih 49% saham AWAIR.

Pada 30 Agustus 2004, AAIL memasuki kerjasama penjualan dan pembayaran untuk pengambilalihan saham AWAIR. Dan pada bulan September 2004, AWAIR memperoleh izin dari Badan Koordinasi Penanam Modal untuk mempengaruhi rencana perubahan kepemilikan saham AWAIR. Para pemegang saham AWAIR menyetujui masuknya AAIL sebagai pemegang saham baru, berikut dengan penunjukkan Tony Fernandes - Group Chief Executive Officer AirAsia dan Kamarudin Bin Meranun – Executive Director, Corporate Finance and Strategic Planning AirAsia sebagai anggota baru dari dewan komisaris AWAIR.

Pada bulan Desember 2004 dengan tim manajemen yang baru, AWAIR telah dibentuk ulang mengikuti model bisnis penerbangan berbiaya rendah dan diluncurkan kembali sebagai maskapai penerbangan bertarif rendah dan tanpa embel-embel untuk melayani rute domestik di Indonesia. Dan pada tanggal 1 Desember 2005, PT AWAIR International mengganti nama perusahaannya menjadi PT Indonesia AirAsia. Dan sampai saat ini Indonesia AirAsia telah mengoperasikan 10 (sepuluh) armada Boeing 737-300 yang melayani rute domestik dan internasional.

Bagi Indonesia AirAsia keselamatan penumpang merupakan hal utama. Indonesia AirAsia selalu mengedepankan keselamatan penumpang beserta awak pesawat dan pilot. Tidak hanya saat di udara, tetapi juga saat pemesanan, *check-in*, *boarding*, terbang, hingga tiba di tujuan. Indonesia AirAsia mempercayakan

seluruh perawatan armadanya di Garuda Maintenance Facilities (GMF). Di GMF dilakukan pemeriksaan rutin dan pemeriksaan pemeliharaan tingkat rendah “A” check, hingga pemeliharaan tingkat “C” check.

## 2. Logo, Visi dan Strategi PT Indonesia AirAsia

Logo AirAsia adalah sebagai berikut:



Gambar III.1  
Logo AirAsia

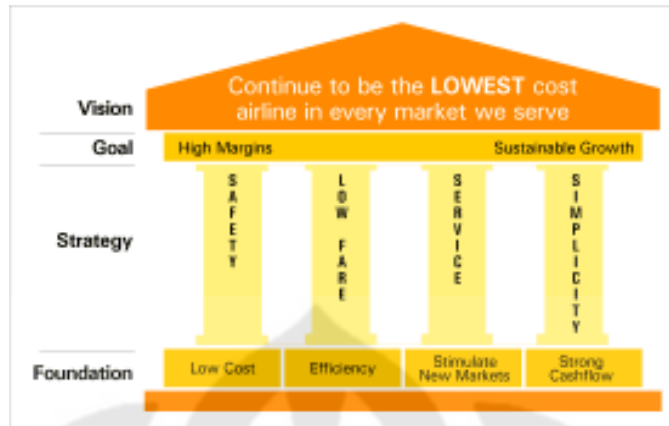
Sumber: [www.airasia.com](http://www.airasia.com)

Dalam menjalankan usahanya, PT Indonesia Air Asia memiliki visi:

*“To continue to be the lowest cost short-haul airline in every market we serve, delivering strong organic growth through offering the lowest airfares at a profit”*

Yaitu untuk tetap menjadi perusahaan penerbangan jarak dekat dengan biaya rendah di setiap segmen pasar yang kami layani, memberikan pertumbuhan organik yang kuat dengan menawarkan harga terendah dengan keuntungan.

Sedangkan strategi yang dilakukan Air Asia dalam menjalankan usahanya adalah:



Gambar III.2  
Strategi Bisnis AirAsia

sumber: [www.airasia.com](http://www.airasia.com)

Dengan Tagline: *Now everyone can fly*, Indonesia AirAsia ingin mewujudkan impian bahwa semua masyarakat Indonesia, baik tua-muda, balita-lansia, sehat maupun cacat dapat merasakan terbang dengan nyaman dan aman dengan Boeing 737-300 Indonesia AirAsia.

### 3. Pola Kegiatan Beroperasi

Kegiatan operasional yang dilakukan AirAsia mengikuti pola operasi sebagai berikut:

- a. Harga hemat, tanpa embel-embel

Harga AirAsia selalu lebih rendah dibandingkan maskapai lainnya. Layanan jasa seperti ini sangat cocok bagi penumpang yang hanya ingin terbang tanpa embel-embel makanan, tanpa layanan airport lounge, tanpa mengikuti program loyalty frequent flyer miles.

b. Frekuensi Terbang Tinggi

Frekuensi terbang AirAsia yang tinggi bertujuan untuk kenyamanan para tamu. Maskapai ini mempraktekkan pola 25 menit untuk tinggal landas, yang merupakan paling cepat di Asia, sehingga menghasilkan utilisasi pesawat yang tinggi, biaya semakin rendah dan produktivitas staf/maskapai yang semakin meningkat.

c. Untuk Kenyamanan Tamu

AirAsia berkomitmen untuk memberikan pelayanan yang nyaman untuk membuat perjalanan lebih mudah. Oleh karena itu tamu dapat melakukan pembelian dengan kenyamanan berikut ini:

- i. Call Center (Pusat Layanan Telepon) – Berdiri pada bulan Februari 2004, Call Center AirAsia berlokasi di Halim Perdana Kusuma dengan 60 layanan sambungan telepon untuk kenyamanan para tamu dalam membeli tiket penerbangan
- ii. Terbang tanpa tiket – Diluncurkan pada tanggal 18 April 2002, konsep ini melengkapi layanan pembelian dari Internet booking AirAsia dan layanan Call Center dengan menyediakan alternatif murah biaya dari tiket cetak asli. Tamu tidak perlu lagi repot untuk mengambil tiket.
- iii. Beli lewat Internet – sebagai maskapai pertama yang memperkenalkan layanan ini di Asia, AirAsia menawarkan cara baru yang nyaman dalam membeli tiket AirAsia melalui website [www.airasia.com](http://www.airasia.com). Tidak perlu telepon, tidak perlu antri. [www.airasia.com](http://www.airasia.com) diluncurkan pada tanggal 10

Mei 2002 dan sekarang tersedia dalam 6 bahasa, yaitu bahasa Inggris, Malaysia, Mandarin, Thailand dan Bahasa Indonesia.

- iv. Reservasi dan kantor penjualan – tersedia di bandara dan di kota untuk kenyamanan bagi tamu yang ingin datang untuk memesan tiket secara langsung
  - v. Agen perjalanan resmi – AirAsia juga memperkenalkan layanan online B2B kepada agen perjalanan. Fitur berbasis internet dengan informasi ketersediaan kursi secara *real time* yang pertama di Asia. Agen perjalanan dapat melakukan pembayaran secara virtual melalui kartu kredit
  - vi. Layanan pelanggan untuk lebih baik – AirAsia secara terus menerus mencari cara untuk melayani dengan lebih baik dan memberikan penghematan yang lebih lagi untuk tamunya.
- d. Keamanan yang utama
- PT Indonesia AirAsia melakukan pemeriksaan rutin untuk pesawatnya di hangar Garuda Maintenance Facilities (GMF). Kegiatan ini merupakan komitmen kepada masyarakat bahwa Indonesia AirAsia selalu patuh pada ketentuan keselamatan penerbangan. Saat ini GMF sudah memiliki persetujuan dari EASA (sertifikasi dari authority Eropa) dan FAA (sertifikasi dari authority Amerika) yang berarti kualitas perawatan pesawat di GMF sudah diakui oleh dunia internasional.
- e. Optimalisasi biaya
- AirAsia berusaha keras untuk memaksimalkan keuntungan melalui harga hemat dengan harga yang berkualitas. Maskapai berusaha mengoptimalkan

biaya dengan cara tinggal landas dalam waktu yang singkat, tidak memberikan layanan embel-embel seperti makanan dan minuman. AirAsia juga menggunakan satu tipe pesawat untuk menghemat biaya pelatihan dan semua penghematan ini dikembalikan kepada pelanggan dengan memberikan harga yang sangat hemat.

#### 4. Penghargaan

Tabel III. 1  
Tabel Penghargaan AirAsia

| Award |   |
|-------|---|
| 2003  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Developing Airline of the Year 2003 oleh Airfinance Journal</li> <li>- CEO of the Year (Tony Fernandes) oleh Business Times and American Express</li> <li>- CIO Top 100 Honoree for excellence in strategic IT deployment – Obtained Malaysian Superbrands status oleh Superbrands International</li> <li>- <a href="http://www.airasia.com">www.airasia.com</a> terpilih sebagai the most popular website for online shopping in the 11<sup>th</sup> Malaysia Internet User Survey conducted oleh AC Nielsen Consult</li> </ul>   |
| 2004  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Asia Pacific Low Cost Airline of the Year 2004 oleh Centre for Asia Pacific Aviation (CAPA)</li> <li>- Asia Pacific Aviation Executive of the Year 2004 awarded to Tony Fernandes, Group CEO oleh Centre for Asia Pacific Aviation (CAPA)</li> <li>- Asia Pacific Low Cost Advertising Award for Best Asia Pacific / Middle East Low Cost Airline Print Advertisement 2004 oleh Centre for Asia Pacific Aviation (CAPA)</li> <li>- Asia's Best Managed Company in the Airlines and Aviation Sector oleh Euromoney</li> <li>- Best Newly Listed Company (3<sup>rd</sup> place) oleh Euromoney</li> <li>- Triple A Regional Award for Best Airline IPO for 2004 oleh The Asset Magazine</li> <li>- Best IPO of the Year oleh The Edge Singapore</li> <li>- 25 Stars of Asia honoree listing (Tony Fernandes) oleh Business Week</li> <li>- Best Uniform for Miss Airlines International Contest 2004, 5<sup>th</sup> China Air Show, Zhuhai</li> </ul> |

|      |  |
|------|--|
|      | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Market Leadership Award, 2005 Airline Achievement Awards oleh Air Transport World Magazine</li> </ul>   |
| 2005 | <ul style="list-style-type: none"> <li>- The CAPA Aviation Executive of the year 2005 diberikan kepada YBhg. Dato' Tony Fernandes</li> <li>- Regional/Low Cost Leadership Award in Airline Business Strategy Awards 2005 oleh Airline Business diberikan kepada YBhg. Dato' Tony Fernandes</li> <li>- Airline Market Leadership Award oleh Air Transport World (ATW)</li> <li>- Transport Company of Excellence Award oleh Ports World Sdn. Bhd</li> <li>- Asia's Top 200 "Best Under A Billion" Companies oleh Forbes Asia</li> <li>- RHB AIRASIA Credit Card oleh Superbrands</li> <li>- Best Chip Program for MasterCard Marketing Leadership Award 2005 oleh MasterCard</li> </ul> |
| 2006 | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Malaysia's Ernst &amp; Young Entrepreneur of the year 2006 diberikan kepada YBhg. Dato' Tony Fernandes</li> <li>- Low Cost Airline of the Year in KLIA Awards 2006 oleh Malaysia Airports Holdings Berhad</li> <li>- Merit Award for CAPA Airline of the year 2006 oleh Centre for Asia Pacific Aviation (CAPA)</li> <li>- Asia's Best Budget Airline under Best In Travel 2006 oleh SmartTravelAsia.com</li> <li>- Best Managed Company, Best Corporate Governance, Best Investor Relations, and Most Committed to Strong Dividend Policy under The Annual Investor Poll oleh FinanceAsia.com</li> </ul>                                     |
| 2007 | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Airline of the year 2007 oleh Centre for Asia Pacific Aviation (CAPA)</li> <li>- Asia's Best Budget Airline under Best in Travel Poll 2007 oleh SmartTravelAsia.com</li> <li>- Airline Human Capital Development Strategy Award oleh Frost &amp; Sullivan</li> <li>- Asia's Best Emerging Companies with regards to Corporate Governance by The Asset</li> <li>- Best Low Cost Airline in Asia oleh SkyTrax</li> <li>- The Brand Laureate 2006-07 for brand excellence in the Airlines – Low Cost Carrier Category</li> </ul>   |



## **B. Gambaran Umum Garuda Indonesia**

### **1. Sejarah PT Garuda Indonesia**

PT Garuda Indonesia adalah perusahaan jasa penerbangan nasional milik Negara yang melayani jalur domestik dan internasional. PT Garuda Indonesia lahir seiring dengan lahirnya Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI). Kemerdekaan Republik Indonesia (RI) menyadarkan bangsa Indonesia akan perlunya sarana yang dapat menghubungkan satu pulau dengan pulau lainnya. Oleh sebab itu, Presiden pertama RI, Soekarno, pada saat mengunjungi Aceh mengajak rakyat Aceh untuk mewujudkan impian bangsa Indonesia untuk membeli sebuah pesawat. Rakyat Aceh menyambut usul Presiden RI tersebut. Mereka menyumbangkan harta miliknya untuk membuat sebuah pesawat. Pesawat tersebut kemudian diberi nama “Seulawah” untuk menghormati rakyat Aceh.

Pada tanggal 26 Januari 1949 pesawat type Dakota RI-001 “Seulawah” tersebut diterbangkan dari Calcuta menuju Rangoon untuk melaksanakan misi niaganya untuk yang pertama kali. Penerbangan perdana ini dilakukan oleh Angkatan Udara RI. Peristiwa ini kemudian dijadikan sebagai hari lahirnya “Indonesia Airways”. Tanggal 31 Maret 1950 nama “Indonesia Airways” diubah namanya menjadi “Garuda Indonesia Airways” dan pada waktu itu telah memiliki 20 pesawat DC-3/C-47 dan 8 jenis Catalina Amphipi (tiba antara bulan Oktober 1950 dan Februari 1958) yaitu:

1. DC-3/C-47                    20 pesawat
2. Convair liner-240    8 pesawat
3. Convair liner-340    8 pesawat

4. Convair liner-440 8 pesawat

5. De Havilland Heron 14 pesawat

Garuda Indonesia Airways (GIA) kemudian semakin mengembangkan rute pelayanannya dan memodernisasi armada pesawat terbangnya. Pengembangan tersebut memberikan dampak pada peningkatan jumlah penumpang dan barang yang dapat dilayani. Jaringan penerbangan PT Garuda Indonesia kemudian diperluas meliputi seluruh wilayah RI kecuali Irian Jaya, sedangkan ke luar negeri menjangkau kota-kota Singapura, Bangkok dan Manila. Disebabkan oleh alasan teknis, maka seluruh pesawat De Havilland Heron dihapus dari kekuatan armadanya. Selanjutnya antara tahun 1960 dan tahun 1966, PT Garuda Indonesia mendapatkan tambahan armada lagi berupa satu pesawat bermesin jet, seperti:

1. Douglas DC-8-55 1 pesawat
2. Convair liner 990A 3 pesawat
3. Lockheed Electra L188C 3 pesawat

Pada tahun-tahun ini, PT Garuda Indonesia telah merentangkan sayapnya sampai ke Eropa dan Jepang. Pemerintah Orde Baru menerima keadaan perusahaan di tahun 1968 dalam keadaan yang sulit diandalkan untuk pembangunan yang diperlukan. Pimpinan PT Garuda Indonesia yang baru kemudian segera melakukan perbaikan-perbaikan yang mendasar dan lima tahun kemudian seluruh armada diganti dengan pesawat-pesawat yang dapat menunjang kemajuan perusahaan. Pesawat-pesawat itu terdiri dari jenis Fokker F-27, Fokker F-28, Douglas DC-8 dan Douglas DC-9. PT GI semakin berkembang dan seluruh

pesawatnya kemudian terdiri dari pesawat bermesin jet. Armadanya ditambah dengan tipe Douglas DC-10, Boeing B-747 dan Airbus A-300.

Kegiatan PT Garuda Indonesia lainnya adalah mengangkut Jemaah Haji ke tanah suci Mekkah setiap tahunnya dengan kekuatan sendiri. Selain itu, PT Garuda Indonesia juga merupakan sarana angkutan bagi kunjungan resmi Kepala Negara ke berbagai negara. Sebagai perusahaan penerbangan pembawa bendera nasional, PT Garuda Indonesia berjuang sekuat tenaga dalam meningkatkan citra bangsa dan Negara melalui pelayanannya.

Sejak tanggal 5 November 1985 Garuda Indonesia Airways mengganti namanya menjadi PT (Persero) Perusahaan Penerbangan Indonesia dengan logo baru. Secara hukum, perusahaan merk ini dikuatkan oleh akta notaries Soeleman Ardjasmita, SH pada tanggal 4 April 1989. Hal ini menambah semangat baru bagi karyawannya dalam meningkatkan pelayanan kepada pemakai jasa transportasi udara.

Dalam perjalanannya melayani penerbangan dalam dan luar negeri, PT Garuda Indonesia banyak mengalami perubahan. Sejak tahun 1993, PT Garuda Indonesia mengalami kemunduran kinerja financial secara terus-menerus yang berpuncak pada tahun 1998 bersamaan dengan terjadinya krisis ekonomi yang melanda Asia. Perusahaan mulai melakukan beberapa tindakan untuk menyelamatkan diri berupa pembentukan manajemen baru. Periode Juni-Oktober 1998, manajemen PT Garuda Indonesia yang dikelola oleh Robby Djohan melakukan program konsolidasi untuk memperbaiki *cash-flow negative* yang mampu memberikan kontribusi untuk menyelamatkan perusahaan.

Pada tahun 1998, Robby Djohan diganti dengan Abdul Gani yang meletakkan paradigma baru, yakni perusahaan berorientasi pada “bisnis” dan bisnis PT Garuda Indonesia adalah bisnis “layanan”. Pada tahun 2006 – 2007 Emirsyah Satar, Direktur Utama Garuda Indonesia mencanangkan program transformasi bisnis yang meliputi empat program utama, yaitu efisiensi biaya secara signifikan, perampingan organisasi dan manajemen, pemberdayaan dan rasionalisasi anak perusahaan, serta aliansi strategis. Selain itu, agar program dapat dilaksanakan dengan efisien untuk perbaikan pola dan budaya kerja, maka diupayakan langkah langkah seperti menyederhanakan proses bisnis, meniadakan dan mengurangi hal-hal yang perlu, menambah response time dan meningkatkan produktivitas. Hal tersebut merupakan tahapan survival untuk rehabilitasi dan konsolidasi.

Pada Januari 2008, Garuda Indonesia membekali seluruh karyawannya dengan 5 prinsip penting yang mengarah kepada perilaku kerja yang baik dan benar. Prinsip penting tersebut dirangkum dalam FLY-HI yang merupakan kependekan dari *efficient & effective, Loyalty, customer centricity, Honesty & openness*, serta *Integrity*. Dengan bekal tersebut diharapkan setiap insan Garuda dapat menjaga sikap dan perilaku kerja dengan baik.

## **2. Logo, Visi dan Misi PT Garuda Indonesia**

Logo Garuda Indonesia adalah:



Gambar III.3  
Logo Garuda Indonesia

Sumber: [www.garuda-indonesia.com](http://www.garuda-indonesia.com)

Visi PT Garuda Indonesia adalah:

Menjadi perusahaan penerbangan yang disegani atau memiliki keunggulan bersaing di Asia yang mengalami pertumbuhan berkesinambungan (*sustainable growth*).

Misi PT Garuda Indonesia adalah:

- a. Memberikan pelayanan jasa angkutan udara yang berkualitas dan berorientasi kepada kepuasan pengguna jasa melalui pengelolaan secara professional.
- b. Memupuk keuntungan dengan menyelenggarakan usaha jasa pengangkutan udara untuk orang dan barang dari suatu tempat ke tempat lainnya baik domestik maupun internasional serta kegiatan lain yang berhubungan dengan bidang usaha pengangkutan udara.
- c. Melaksanakan dan menunjang kebijakan dan program pemerintah di bidang pembangunandan ekonomi nasional, khususnya di bidang jasa pengangkutan udara dan bidang lainnya yang terkait.

### **3. Bidang Usaha**

PT Garuda Indonesia memiliki 4 unit usaha strategis, yaitu suatu unit usaha dalam perusahaan yang berorientasi pada optimasi sumber daya dan bertujuan untuk memaksimalkan nilai perusahaan dengan memberikan hasil produksi dan layanan jasa kepada pelanggan baik di dalam maupun diluar korporasi yang langsung bertanggung jawab kepada direksi.

Keempat unit usaha tersebut adalah:

- a. Garuda Aviation Training (GAT)
- b. Garuda Maintenance Facility (GMF)
- c. Garuda Medical Center (GMC)
- d. Garuda Information System (GIS)

PT Garuda Indonesia juga memiliki 3 anak perusahaan, yaitu:

- a. PT Aerowisata, bergerak dalam bidang Travel Agent, Perhotelan, Transportasi Darat dan Airline Catering Services
- b. PT Abacus Distribution System, bergerak dalam bidang usaha Computer Reservation System
- c. PT Gapura Angkasa, bergerak dalam bidang Ground Handling

### **4. Organisasi PT Garuda Indonesia dan Pengelolaannya**

Struktur organisasi PT Garuda Indonesia secara umum tidak berbeda dengan struktur perusahaan penjual jasa penerbangan lain. Meskipun berbentuk BUMN, pengambil keputusan dan pelaksana operasional puncak perusahaan menjadi tanggung jawab manajer puncak, yaitu Direktur Utama. Direktur utama

ini dibantu oleh lima orang direktur pelaksana yang tergabung dalam dewan direksi yang terdiri dari Direktur Strategi dan Umum, Direktur Keuangan, Direktur Niaga, Direktur Teknik dan Perawatan, dan Direktur Operasi. Dalam melaksanakan kerjanya, Direktur Utama juga dibantu oleh Auditor Internal, Divisi Keselamatan Penerbangan, Sekretaris Perusahaan dan Divisi Sistem Rekayasa dan Pengembangan perusahaan. Selain itu kerja setiap Direktur (dewan direksi) dibantu oleh divisi-divisi dalam manajemen PT Garuda Indonesia yaitu:

1. Direktorat Strategi dan Umum membawahi divisi: perencanaan perusahaan, personalia, komunikasi perusahaan, keamanan
2. Direktur Keuangan membawahi divisi: manajemen anggaran, akunting keuangan, akunting manajerial, pengawasan
3. Direktur Niaga membawahi divisi: perencanaan pemasaran dan pengembangan, manajemen jaringan, pelayanan pelanggan, kargo, haji, umroh dan TKI, manajemen pendapatan
4. Direktur Teknik dan Perawatan membawahi divisi: perawatan lini, penjamin kualitas, material, kerja sama teknik dan system pengembangan
5. Direktur Operasi membawahi divisi: operasi penerbangan, perencanaan dan pengendalian operasi, pelayanan kabin, rekayasa dan pengembangan operasi, keselamatan penerbangan.

## **5. Penghargaan**

Penghargaan yang telah diterima oleh Garuda Indonesia adalah sebagai berikut:

Tabel III.2  
Tabel Penghargaan Garuda Indonesia

| AWARD |   |
|-------|---|
| 2000  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Indonesia Customer Satisfaction Award (ICSA), by Frontier &amp; SWAAir Safety Award (Best Airline Safety) SAP Indonesia Award</li> <li>- The Best Implementation of 1999 Amsterdam Airport Schiphol Award – Punctuality Intercontinental Airlines</li> </ul>   |
| 2001  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Air finance Award – Deal of the Year by Air Finance Journal, London Experiential Marketing &amp; Emotional Branding ChampiSon (EXEM), by SWA &amp; Mark Plus &amp; Co. Indonesia Customer Satisfaction Award (ICSA), by Frontier &amp; SWAAmsterdam Airport Schiphol Award</li> <li>- Punctuality Intercontinental Award Innovator Crisis Busting Award by Travel Weekly East Magazine</li> </ul>  |
| 2002  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Airbus Reliability Award – Excellence in A330 Operational Reliability for the year by Airbus IndustriePATA ITB award</li> <li>- Best Marketing Effort Airline International by Travel Weekly EastIndonesian</li> <li>- Best Brand Award (IBBA) by MARS &amp; SWA</li> <li>- Indonesian Customer Satisfaction Award (ICSA) by Frontier &amp; SWA</li> <li>- Indonesian Most Admired Companies (IMAC) by Frontier &amp; Tempo Media Group</li> </ul> |
| 2003  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Indonesian Best Brand Award (IBBA) by MARS &amp; SWA</li> <li>- Indonesian Customer Satisfaction Award (ICSA) by Frontier &amp; SWA</li> <li>- Superbrand by Superbrand International BUMN Award</li> <li>- Strategi Pelayanan – Hari Pelayanan Nasional Indonesia’s Most Admired Companies (IMAC) by Frontier &amp; Business Week</li> </ul>  |
| 2004  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- ISO 9001 : 2000 (System Management Quality) from TUV Germany</li> <li>- CASR 142/147 From DSKU (DGAC) Indonesian Best Brand Award (IBBA) 2004</li> <li>- The Best Transportation Company</li> <li>- The Most Valuable Brand in Airline Service</li> </ul>  |



|      |  |
|------|--|
| 2005 | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Indonesia Best Brand Award (IBBA) by MARS &amp; SWA</li> <li>- Indonesia Golden Brand Award by MARS &amp; SWA</li> <li>- Superbrand Award by Super brand International</li> <li>- Indonesia Customer Loyalty Award (ICLA) by Center Customer Satisfaction &amp; Loyalty &amp; MARKETING</li> <li>- Call Center Award (best call center) by Center Customer Satisfaction &amp; Loyalty &amp; MARKETING</li> <li>- The 4th E-Company Award 2005 dari majalah Warta Ekonomi</li> <li>- Indonesian's The Most Admired Company (IMAC)</li> <li>- Innovation Award by MARS, SWA and BPPT</li> </ul>   |
| 2006 | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Call Center Award 2006 Airline, for Achieving Excellent Service Performance</li> <li>- Indonesia Customer Loyalty Award (ICLA) 2006 from SWA Magazine and MARS Marketing &amp; Research</li> <li>- National Customer Service Championship Award 2006 from Center for Customer Satisfaction and Loyalty</li> <li>- Indonesia's Most Admired Companies (IMAC) Award 2006 from BUSINESS WEEK Magazine and FRONTIER Marketing &amp; Research Consultant</li> <li>- Indonesia Golden Brand 2006, Indonesian Best Brand Award (IBBA) 2006 from SWA Magazine and MARS Marketing &amp; Research.</li> <li>- Indonesian Customer Satisfaction Award (ICSA) 2006 from SWA Magazine and Frontier Consulting Group</li> <li>- Safety Award (Indonesia's Most Caring Companies 2006)</li> <li>- Pemenang penghargaan Situs Web BUMN, Kementerian Negara Badan Usaha Milik Negara. Superbrands Award for Best Local Brand, Superbrands Internasional</li> </ul> |
| 2007 | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Service Quality Award 2007 (Diamond) from Center for Customer Satisfaction and Loyalty, and Marketing Magazine.</li> <li>- Indonesian Most Admired Company (IMAC) Airline Category by Frontier &amp; Business Week</li> <li>- Indonesian Best Brand Award (IBBA) by MARS &amp; SWA</li> <li>- IPRA Award 2007 (International Public Relations Association) certificate of Excellent in Crisis Management</li> <li>- Indonesian Customers Satisfaction Award (IVSA) by Frontier &amp; SWA</li> <li>- Indonesian Most Admired Company (IMAC) Airline Category the Company with the Best Corporate Image Presented by Frontier &amp; Business Week</li> <li>- Call Center Award " Achieving Good Service Performance" for Airline Category.</li> </ul>   |



## **BAB IV**

### **ANALISIS HASIL PENELITIAN**

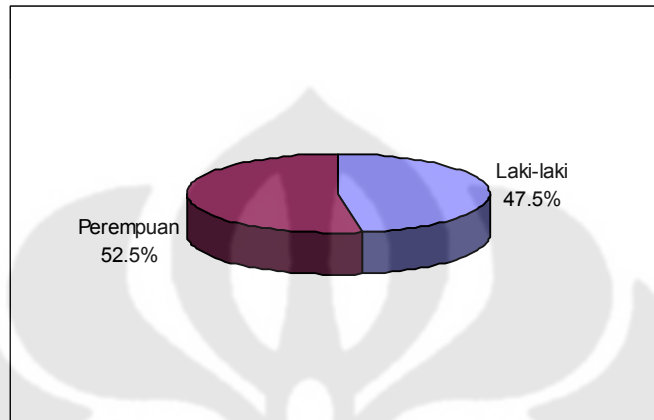
Analisis data adalah proses penguraian data untuk memperoleh gambaran rinci tentang latar belakang serta kecenderungan-kecenderungan dari berbagai aspek, sehingga diperoleh gambaran luas tentang data tersebut. Analisis data meliputi kegiatan mempelajari karakteristik, hubungan, pola atau pengaruh yang sering terdapat pada suatu fenomena atau gejala yang telah dan akan terjadi. Dalam penelitian yang mengukur perbandingan pengaruh pilihan metode reservasi tiket pesawat terhadap tingkat harga pada penerbangan *low cost airlines (LCA)* dan penerbangan *full cost airlines (FCA)* di Jakarta melibatkan 80 orang responden sebagai sampel. Teknik penarikan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan *nonprobability sampling* dengan pendekatan *accidental sampling*.

#### **A. Karakteristik Responden**

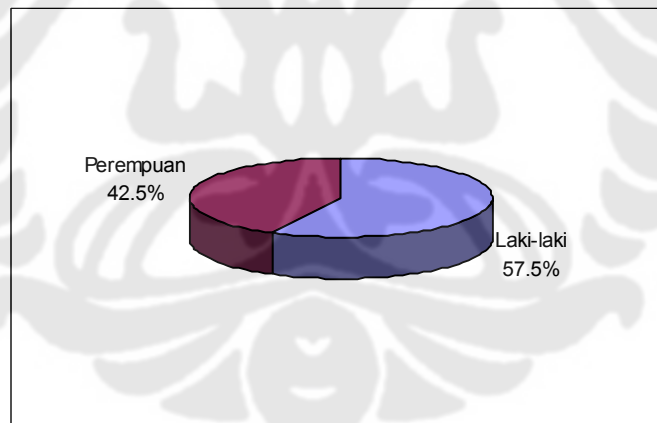
##### **1. Jenis Kelamin Responden**

Dari 80 responden, peneliti membagi menjadi 2 tipe responden, 40 responden merupakan responden untuk AirAsia dan 40 responden merupakan responden Garuda Indonesia. Pada penerbangan AirAsia, dari 40 responden, sebanyak 19 orang (47.5% dari sampel) berjenis kelamin laki-laki dan berjumlah 21 orang (52.5% dari sampel) berjenis kelamin perempuan. Sedangkan pada penerbangan Garuda Indonesia, dari 40 responden, sebanyak 23 orang (57.5%

dari sampel) berjenis kelamin laki-laki dan berjumlah 17 responden (42.5% dari sampel berjenis kelamin perempuan, seperti yang bisa dilihat pada Gambar IV.1 dan Gambar IV.2



**Gambar IV.1**  
**Jenis Kelamin Responden AirAsia**



**Gambar IV.2**  
**Jenis Kelamin Responden Garuda Indonesia**

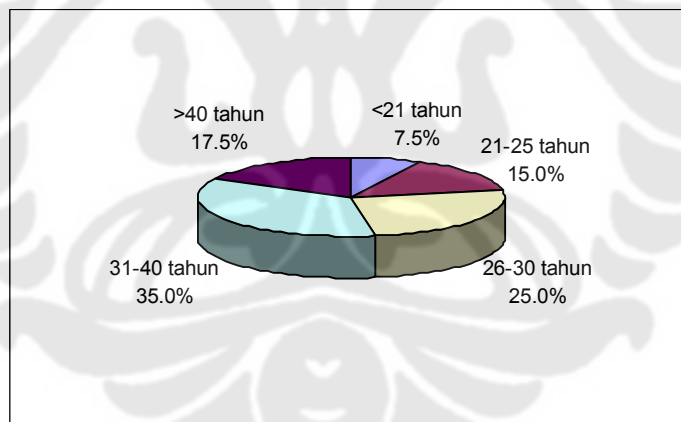
Sumber: hasil pengolahan data peneliti, 2008

## 2. Usia Responden

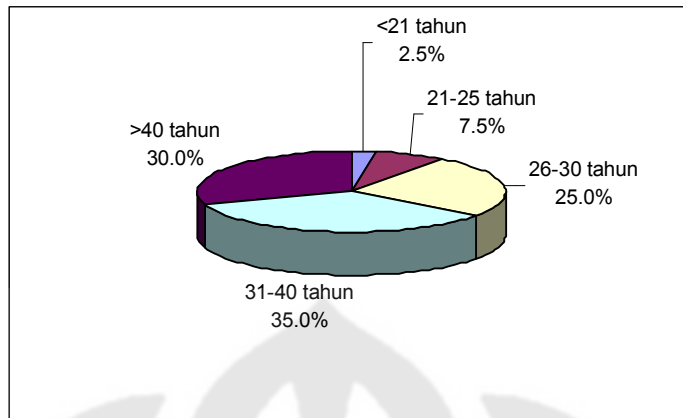
Identitas responden berdasarkan usia dicantumkan untuk mengetahui secara mendalam berapa rata-rata usia responden yang menjadi sampel penelitian.

Dari segi usia sebaran responden, pada penerbangan AirAsia, jumlah responden yang berusia < 21 tahun sebanyak 3 orang (7.5% dari sampel), 6 orang (15% dari sampel) berusia antara 21-25 tahun, 10 orang (25% dari sampel) berusia antara 26-30 tahun, kebanyakan responden sebanyak 14 orang (35% dari sampel) berusia antara 31-40 tahun dan sisanya 7 orang (17.5% dari sampel) berusia >40 tahun. (lihat Gambar IV.3)

Sedangkan pada penerbangan Garuda Indonesia, sebanyak 1 orang (2.5% dari sampel) berusia <21 tahun, sebanyak 3 orang (7.5% dari sampel) berusia 21-25 tahun, sebanyak 10 orang (25% dari sampel) berusia 26-30 tahun, kebanyakan responden 14 orang (35% dari sampel) berusia 31-40 tahun, dan sisanya 12 orang (30% dari sampel) berusia >40 tahun. (lihat Gambar IV.4).



**Gambar IV.3**  
**Usia Responden AirAsia**

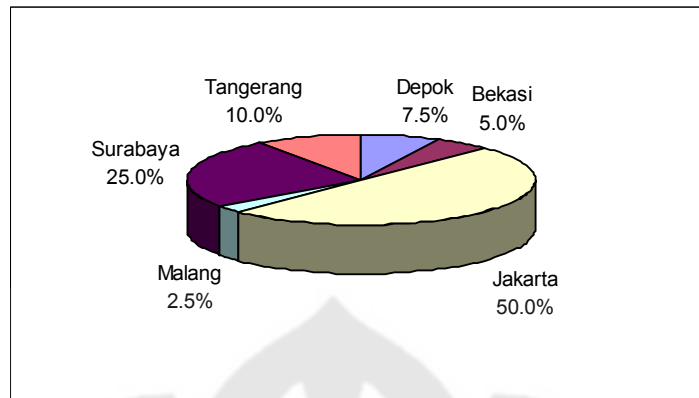


**Gambar IV.4**  
**Usia Responden Garuda Indonesia**

Sumber: hasil pengolahan data peneliti, 2008

### 3. Daerah/Kota Tempat Tinggal Responden

Identitas responden berdasarkan daerah/kota tempat tinggal responden untuk mengetahui asal dari tiap-tiap responden dalam penelitian ini. Dan pada penerbangan AirAsia, sebanyak 2 orang (5% dari sampel) berasal dari Bekasi, sebanyak 3 orang (7.5% dari sampel berasal dari Depok, kebanyakan responden berasal dari Jakarta yaitu sebanyak 20 orang (50% dari sampel), sebanyak 1 orang (2.5% dari sampel berasal dari Malang, sebanyak 10 orang (25% dari sampel) berasal dari Surabaya, dan sisanya sebanyak 4 orang (10% dari sampel) berasal dari Tangerang. (lihat Gambar IV.5)

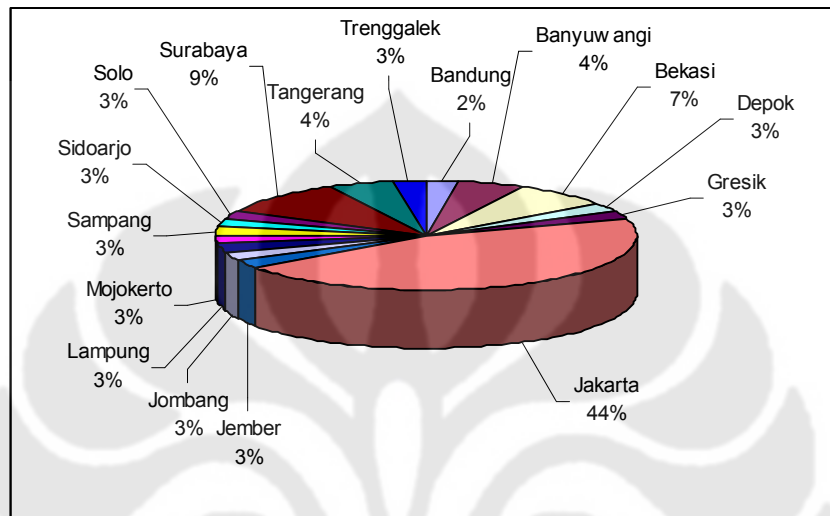


**Gambar IV.5**  
**Kota Tinggal Responden AirAsia**

Sumber: hasil pengolahan data peneliti, 2008

Sedangkan pada penerbangan Garuda Indonesia, sebanyak 1 orang (2.5% dari sampel) berasal dari Bandung, sebanyak 2 orang (5% dari sampel) berasal dari Banyuwangi, sebanyak 3 orang (7.5% dari sampel) berasal dari Bekasi, sebanyak 1 orang (2.5% dari sampel) berasal dari Depok, sebanyak 1 orang (2.5% dari sampel) berasal dari Gresik, sebanyak 1 orang (2.5% dari sampel) berasal dari Jember, sebanyak 1 orang (2.5% dari sampel) berasal dari Jombang, sebanyak 1 orang (2.5% dari sampel) berasal dari Lampung, sebanyak 1 orang (2.5% dari sampel) berasal dari Mojokerto, sebanyak 1 orang (2.5% dari sampel) berasal dari Sampang, sebanyak 1 orang (2.5% dari sampel) berasal dari Sidoarjo, sebanyak 1 orang (2.5% dari sampel) berasal dari Solo, sebanyak 4 orang (10% dari sampel) berasal dari Surabaya, sebanyak 2 orang (5% dari sampel) berasal dari Tangerang, sebanyak 1 orang (2.5% dari sampel) berasal dari Trenggalek, dan kebanyakan responden yaitu sebanyak 18 orang (45% dari sampel) berasal dari Jakarta. Responden yang menggunakan jasa penerbangan Garuda Indonesia terlihat lebih bervariasi kota asalnya dikarenakan sebagian dari responden merupakan

penumpang transit yang adalah peserta umroh yang akan pulang ke kota asal masing-masing. Sehingga terlihat banyak responden yang berasal dari daerah sekitar Jawa. (lihat gambar IV.6)



**Gambar IV.6**  
**Kota Tinggal Responden Garuda Indonesia**

Sumber: hasil pengolahan data peneliti, 2008

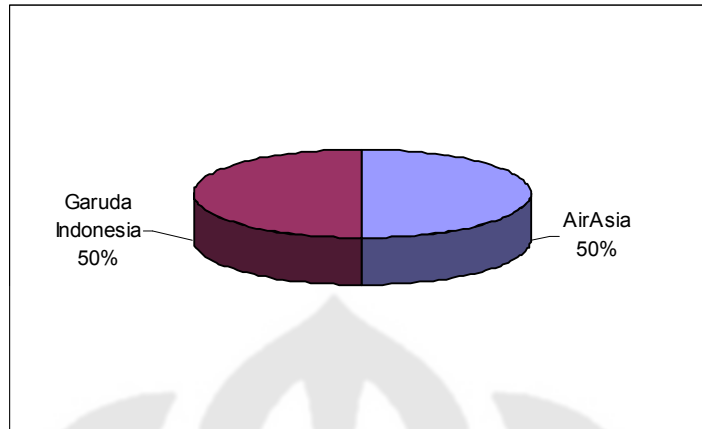
## B. Analisis Konstruk Penelitian

Pada bagian ini penulis akan memaparkan seluruh jawaban responden atas pertanyaan yang diberikan pada lembar kuesioner yang telah penulis bagikan di lapangan.

### 1. Jasa penerbangan yang digunakan untuk melakukan perjalanan

Pada penelitian ini, responden yang mengisi kuesioner menggunakan jasa penerbangan AirAsia dan Garuda Indonesia. Jumlah responden yang menggunakan jasa penerbangan AirAsia sebanyak 40 responden dan jumlah responden yang menggunakan jasa penerbangan Garuda Indonesia adalah sebanyak 40 responden. (lihat gambar IV.7)



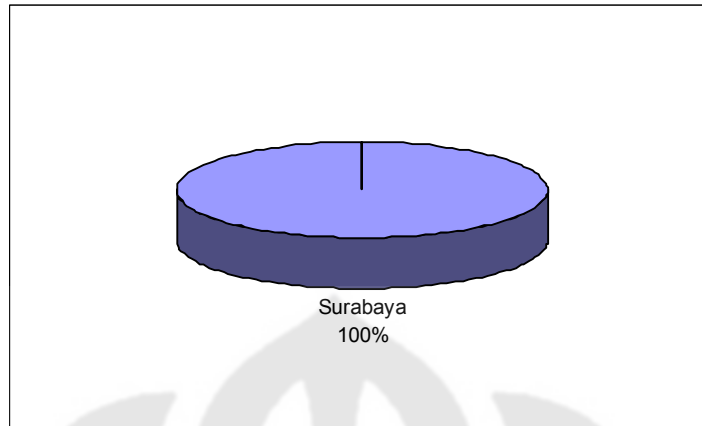


**Gambar IV.7**  
**Jasa Penerbangan Yang Digunakan Untuk Melakukan Perjalanan**

Sumber: Hasil pengolahan data peneliti, 2008

## **2. Daerah/bandara tujuan perjalanan**

Daerah/bandara tujuan perjalanan responden AirAsia dan Garuda Indonesia yang dipilih oleh peneliti adalah Surabaya. Jadi pada penelitian ini, 100% responden, baik dari AirAsia maupun dari Garuda Indonesia memiliki daerah/bandara tujuan perjalanan yang sama, yaitu Surabaya (lihat gambar IV.8)

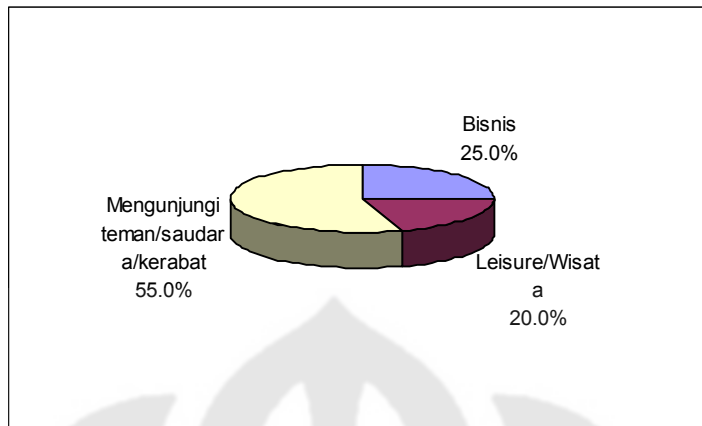


**Gambar IV.8**  
**Daerah/bandara Tujuan Perjalanan Pada Responden Yang Menggunakan**  
**Jasa Penerbangan AirAsia dan Garuda Indonesia**

Sumber: hasil pengolahan data peneliti, 2008

### 3. Tujuan perjalanan

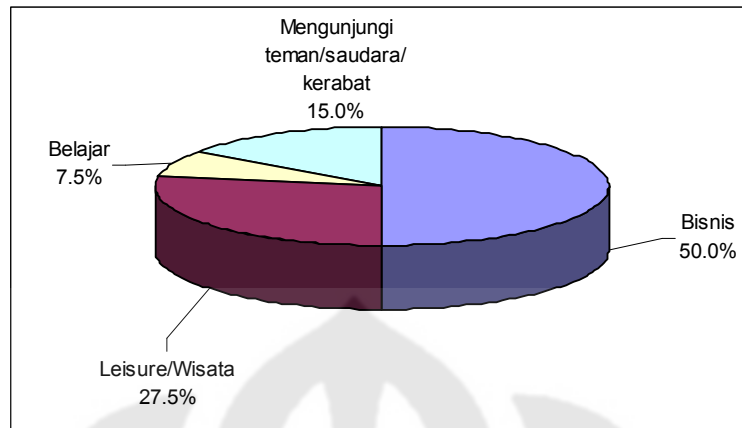
Tujuan perjalanan yang ditanyakan pada penelitian ini menjelaskan mengenai maksud responden melakukan perjalanan. Pada responden yang menggunakan jasa penerbangan AirAsia, sebanyak 10 orang (25% dari sampel) melakukan perjalanan dengan tujuan bisnis, sebanyak 7 orang (20% dari sampel) melakukan perjalanan dengan tujuan *leisure*/wisata, dan kebanyakan responden, yaitu sebanyak 22 orang (55% dari sampel) melakukan perjalanan dengan tujuan mengunjungi teman/saudara/kerabat. (lihat gambar IV.9)



**Gambar IV.9**  
**Tujuan Perjalanan Responden AirAsia**

Sumber: hasil pengolahan data peneliti, 2008

Sedangkan pada responden yang menggunakan jasa penerbangan AirAsia, sebanyak 20 orang (50% dari sampel) melakukan perjalanan dengan tujuan bisnis, sebanyak 11 orang (27.5% dari sampel) melakukan perjalanan dengan tujuan *leisure*/wisata, sebanyak 3 orang (7.5% dari sampel) melakukan perjalanan dengan tujuan belajar, sedangkan sisanya sebanyak 6 orang (15% dari sampel) melakukan perjalanan dengan tujuan mengunjungi teman/saudara/kerabat). (lihat gambar IV.10)

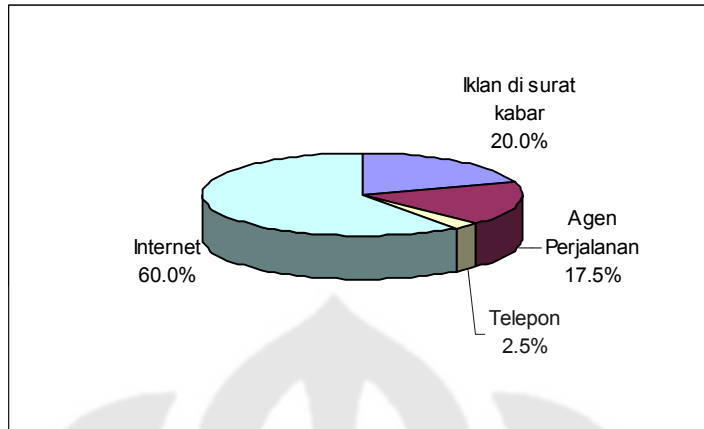


**Gambar IV.10**  
**Tujuan Perjalanan Responden Garuda Indonesia**

Sumber: hasil pengolahan data peneliti, 2008

#### **4. Sumber informasi mengenai jadwal penerbangan dan harga tiket pesawat**

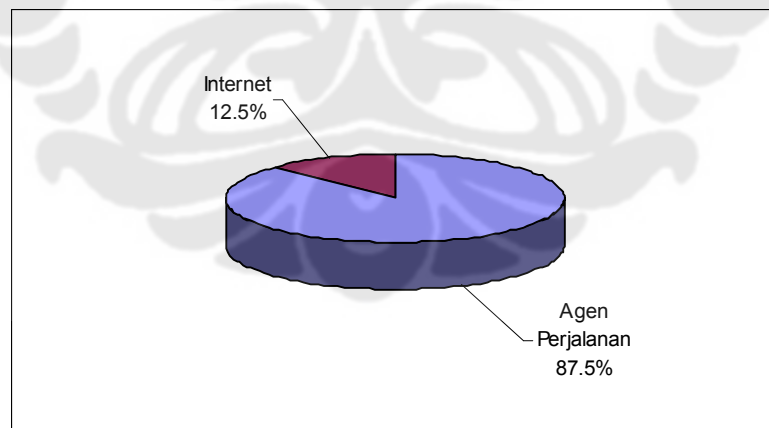
Sumber informasi ini menjelaskan darimana responden mendapatkan informasi mengenai jadwal penerbangan dan harga tiket pesawat yang mereka gunakan. Pada responden yang menggunakan jasa penerbangan AirAsia, sebanyak 8 orang (20% dari sampel) mendapat informasi dari iklan di surat kabar, sebanyak 7 orang (17.5% dari sampel) mendapat informasi dari agen perjalanan, sebanyak 1 orang (2.5% dari sampel) mendapat informasi dari telepon, dan yang paling banyak, yaitu 24 orang (60% dari sampel) mendapat informasi dari telepon. (lihat Gambar IV.11)



**Gambar IV.11**  
**Sumber Informasi Mengenai Jadwal Penerbangan dan Harga Tiket Pesawat AirAsia**

Sumber: hasil pengolahan data peneliti, 2008

Dan sumber informasi mengenai jadwal penerbangan dan harga tiket pesawat Garuda Indonesia, sebanyak 35 orang (87.5% dari sampel) mendapatkan informasi dari agen perjalanan, dan sisanya sebanyak 5 orang (12.5% dari sampel) mendapatkan informasi dari agen tambahan. (lihat Gambar IV.12)

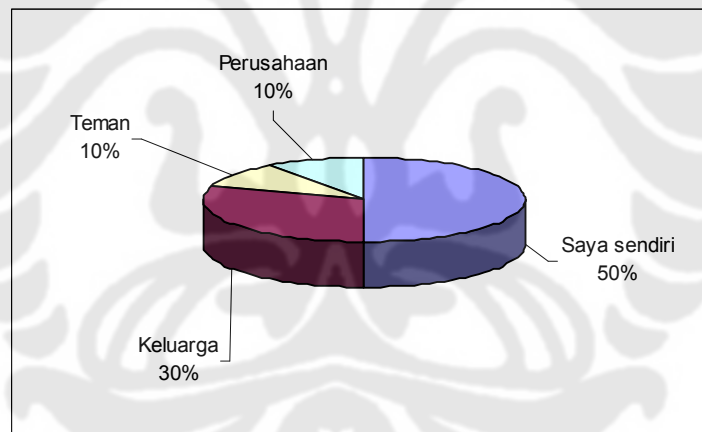


**Gambar IV.12**  
**Sumber Informasi Mengenai Jadwal Penerbangan Dan Harga Tiket Pesawat Garuda Indonesia**

Sumber: hasil pengolahan data peneliti, 2008

## 5. Pihak yang mengurus reservasi perjalanan

Pihak yang mengurus reservasi perjalanan merupakan pihak atau orang yang membantu dalam proses pengurusan atau pembelian tiket pesawat responden. Pada responden yang menggunakan jasa penerbangan AirAsia, sebanyak 20 orang (50% dari sampel) yang mengurus reservasi perjalanannya adalah diri sendiri, sebanyak 12 orang (30% dari sampel) yang mengurus reservasi perjalanannya adalah keluarga, sebanyak 4 orang (10% dari sampel) yang mengurus reservasi perjalanannya adalah teman, dan sisanya sebanyak 4 orang (10% dari sampel) yang mengurus reservasi perjalanannya adalah perusahaan. (lihat Gambar IV.13)

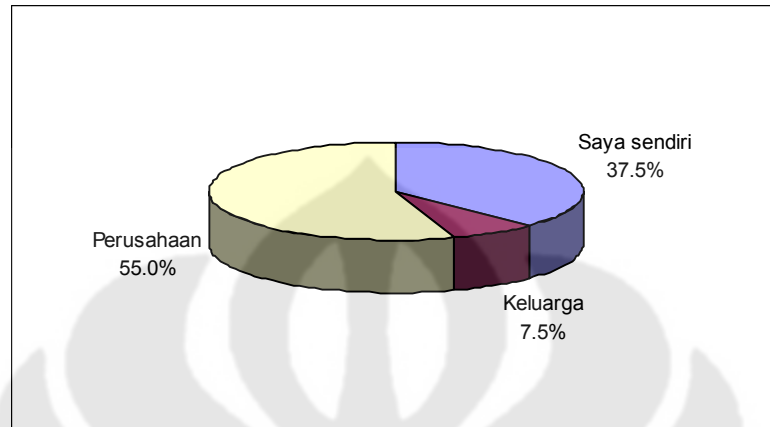


**Gambar IV.13**  
**Pihak Yang Mengurus Reservasi Perjalanan Responden Yang Menggunakan Jasa Penerbangan AirAsia**

Sumber: hasil pengolahan data peneliti, 2008

Sedangkan pada responden yang menggunakan jasa penerbangan Garuda Indonesia, sebanyak 15 orang (37.5% dari sampel) yang mengurus reservasi perjalanannya adalah diri sendiri, sebanyak 3 orang (7.5% dari sampel) yang mengurus reservasi perjalanannya adalah keluarga, dan sisanya sebanyak 22 orang

(55% dari sampel) yang mengurus reservasi perjalanannya adalah perusahaan. (lihat Gambar IV.14)

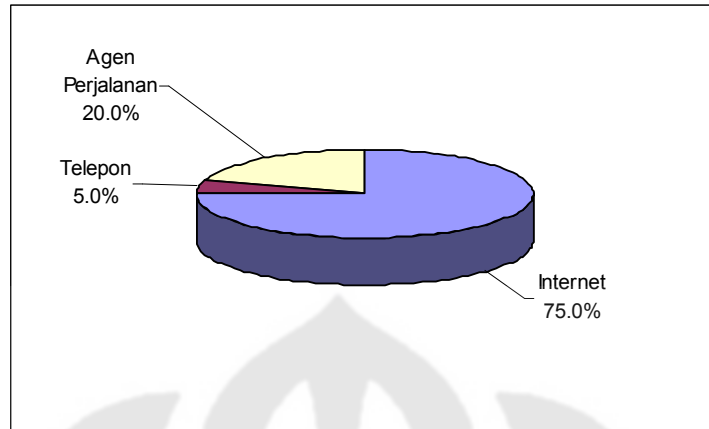


**Gambar IV.14**  
**Pihak Yang Mengurus Reservasi Perjalanan Responden Yang Menggunakan Jasa Penerbangan Garuda Indonesia**

Sumber: hasil pengolahan data peneliti, 2008

## 6. Metode reservasi yang digunakan

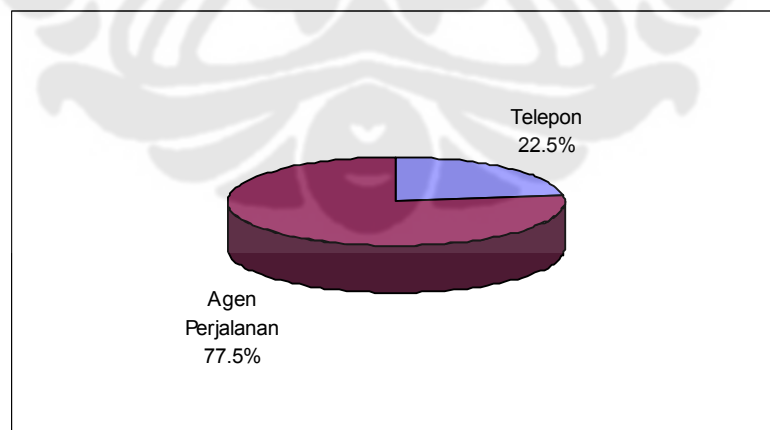
Metode reservasi yang digunakan merupakan cara atau media yang digunakan oleh responden dalam melakukan pemesanan tiket penerbangan. Pada responden yang menggunakan jasa penerbangan AirAsia, sebanyak 30 orang (75% dari sampel) menggunakan internet sebagai media untuk melakukan reservasi tiket pesawatnya, sebanyak 2 orang (5% dari sampel) menggunakan telepon sebagai media untuk melakukan reservasi tiket pesawatnya, dan sisanya sebanyak 8 orang (20% dari sampel) menggunakan jasa agen perjalanan untuk melakukan reservasi tiket pesawatnya. (lihat Gambar IV.15)



**Gambar IV.15**  
**Metode Reservasi Yang Digunakan Oleh Responden AirAsia**

Sumber: hasil pengolahan data peneliti, 2008

Sedangkan pada responden yang menggunakan jasa penerbangan Garuda Indonesia, paling banyak, yaitu 31 orang (77.5% dari sampel) menggunakan jasa agen perjalanan untuk melakukan reservasi tiket pesawatnya dan sisanya sebanyak 9 orang (22.5% dari sampel) menggunakan telepon sebagai media untuk melakukan reservasi tiket pesawatnya. (lihat Gambar IV.16)



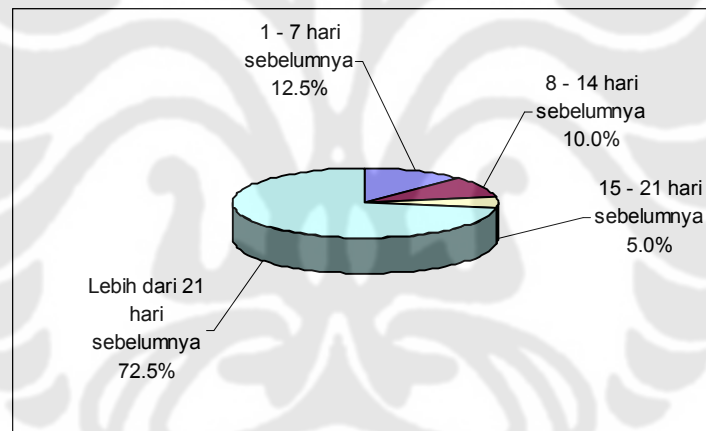
**Gambar IV.16**  
**Metode Reservasi Yang Digunakan Oleh Responden Garuda Indonesia**

Sumber: hasil pengolahan data peneliti, 2008



## 7. Waktu Memesan Tiket

Yang dimaksud dengan waktu memesan tiket adalah jarak antara waktu pemesanan tiket dengan waktu keberangkatan responden. Pada responden yang menggunakan jasa penerbangan AirAsia, sebanyak 5 orang (12.5% dari sampel) memesan tiket antara 1-7 hari sebelumnya, sebanyak 4 orang (10% dari sampel) memesan tiket antara 8-14 hari sebelumnya, sebanyak 2 orang (5% dari sampel) memesan tiket antara 15-21 hari sebelumnya, dan sisanya yang merupakan jumlah terbesar, yaitu sebanyak 29 orang (72.5% dari sampel) memesan tiket lebih dari 21 hari sebelumnya. (lihat Gambar IV.17)

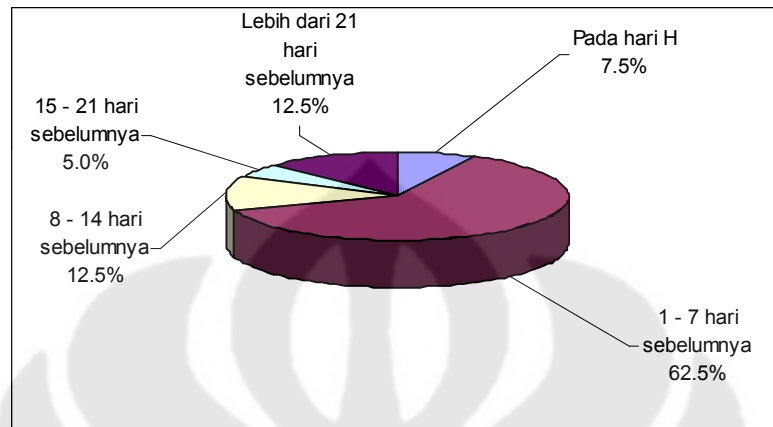


**Gambar IV.17**  
**Waktu Memesan Tiket Pada Responden AirAsia**

Sumber: Hasil pengolahan data peneliti, 2008

Dan pada responden yang menggunakan jasa penerbangan Garuda Indonesia, sebanyak 3 orang (7.5% dari sampel) memesan tiket pada hari H penerbangan, sebanyak 25 orang (62.5% dari sampel) memesan tiket 1-7 hari sebelumnya, sebanyak 5 orang (12.5% dari sampel) memesan tiket 8-14 hari sebelumnya, sebanyak 2 orang (5% dari sampel) memesan tiket 15-21 hari

sebelumnya, dan sisanya sebanyak 5 orang (12.5% dari sampel) memesan tiket lebih dari 21 hari sebelumnya. (lihat Gambar IV.18)

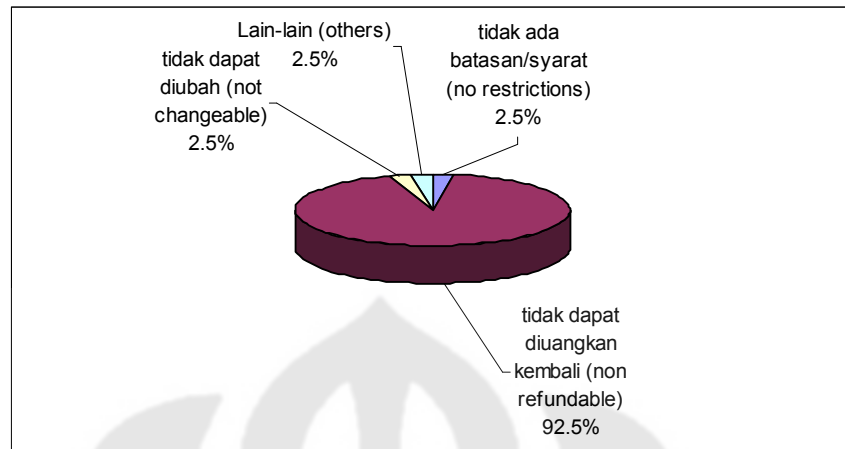


**Gambar IV.18**  
**Waktu Memesan Tiket Pada Responden Garuda Indonesia**

Sumber: hasil pengolahan data peneliti, 2008

#### **8. Batasan atau Syarat Yang Ada Pada Tiket Pesawat**

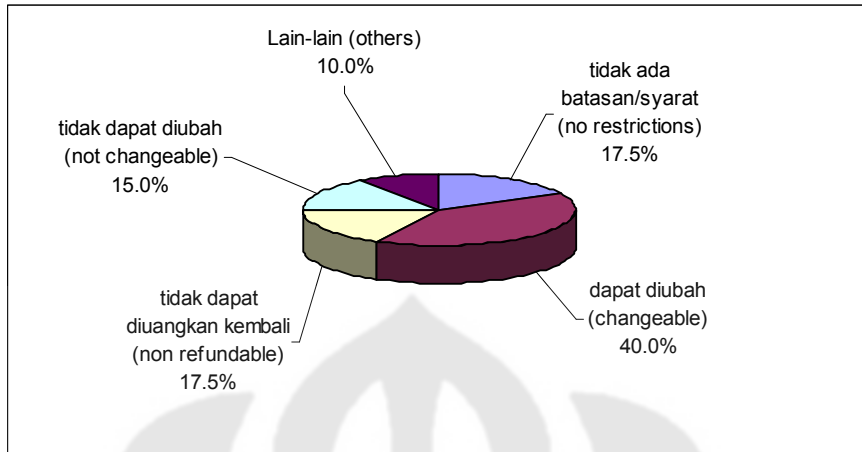
Batasan atau syarat yang ada pada tiket pesawat adalah syarat-syarat atau ketentuan yang berlaku dalam pembelian tiket yang harus diperhatikan oleh penumpang. Pada tiket pesawat responden yang menggunakan jasa penerbangan AirAsia, sebanyak 1 orang (2.5% dari sampel) tidak ada batasan/syarat yang tertera pada tiket pesawatnya (*no restrictions*), sebanyak 37 orang (92.5% dari sampel) tiketnya tidak dapat diuangkan kembali (*non refundable*), sebanyak 1 orang (2.5% dari sampel tiketnya tidak dapat diubah (*not changeable*), dan sisanya sebanyak 1 orang menjawab terdapat syarat lainnya yang tertera pada tiket pesawat mereka. (lihat Gambar IV.19)



**Gambar IV.19**  
**Batasan atau Syarat Yang Ada Pada Tiket Pesawat AirAsia**

Sumber: hasil pengolahan data peneliti, 2008

Pada tiket pesawat responden yang menggunakan jasa penerbangan Garuda Indonesia, sebanyak 7 orang (15% dari sampel) tidak ada batasan/syarat yang tertera pada tiket pesawatnya (*no restrictions*), sebanyak 16 orang (40% dari sampel) tiketnya dapat diubah (*changeable*), sebanyak 7 orang (17.5% dari sampel) tiketnya tidak dapat diuangkan kembali (*non refundable*), sebanyak 6 orang (15% dari sampel) tiketnya tidak dapat diubah (*not changeable*), dan sisanya sebanyak 4 orang (10% dari sampel) menjawab terdapat syarat lainnya yang tertera pada tiket pesawat mereka. (lihat Gambar IV.20)



**Gambar IV.20**  
**Batasan atau Syarat Yang Ada Pada Tiket Pesawat Garuda Indonesia**

Sumber: hasil pengolahan data peneliti, 2008

### C. Analisis Perbandingan Rata-Rata

Analisis perbandingan rata-rata digunakan untuk membandingkan rata-rata sampel independen maupun sampel berpasangan dengan menghitung T-Test dan menampilkan peluang atau probabiliti 2 arah selisih 2 rata-rata.

**Tabel IV.1**  
**Uji T-Test dan Independent Sampels Test**  
**“Kemudahan Metode Reservasi Tiket (Internet)”**

|   | Airlines yang digunakan | N                                  | Mean | Std. Deviation | Std. Error Mean |
|---|-------------------------|------------------------------------|------|----------------|-----------------|
| Kemudahan metode reservasi tiket (Internet) | AirAsia                 | 40                                 | 3.98 | .947           | .150            |
|   | Garuda Indonesia        | 40                                 | 3.08 | 1.023          | .162            |
|   | Levene's Test           | .557 (.458)                        |      |                |                 |
|   | t dan sig.              | 4.084 (.000)                       |      |                |                 |
|   | Makna                   | Terdapat perbedaan yang signifikan |      |                |                 |

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 15.0

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat adanya perbandingan dalam kemudahan melakukan reservasi tiket dengan menggunakan internet.

Perkembangan teknologi yang semakin pesat membuat konsumen tidak perlu repot-repot dalam mendapatkan informasi. Seperti informasi untuk penerbangan, dapat secara lengkap diperoleh dari situs-situs jasa penerbangan. Tidak hanya informasi saja yang diberikan, namun kemudahan dalam melakukan pemesanan tiketpun dapat diakses dengan menggunakan internet. Adapun situs-situs yang menyediakan informasi mengenai jasa penerbangan dan pemesanan tiket untuk AirAsia adalah: [www.airasia.com](http://www.airasia.com) dan untuk Garuda Indonesia adalah: [www.garuda-indonesia.com](http://www.garuda-indonesia.com)

Merujuk pada hasil tabel di atas, dapat dilihat kecenderungan masyarakat untuk memilih internet sebagai salah satu sarana yang dirasa efektif dibuktikan dengan nilai mean atau rata-rata jawaban responden pengguna airasia sebesar 3.98. Dari hasil wawancara yang berhasil dilakukan diperoleh keterangan bahwa rata-rata responden lebih memilih internet dikarenakan kemudahan dalam melakukan pengaksesan dimanapun dan kapanpun. Apalagi dengan pelayanan AirAsia yang *on-line* 24 jam *nonstop* semakin dirasa memudahkan masyarakat dalam memesan tiket perjalanan.

Sedangkan, rata-rata jawaban responden pada Garuda Indonesia, menunjukkan kecenderungan yang berbeda dalam segi jawaban yang diberikan. Dapat dilihat nilai mean sebesar 3.08 dapat diasumsikan sebagai pernyataan "sedang" untuk indikator yang menyatakan kemudahan menggunakan reservasi tiket pesawat melalui internet. Diperoleh informasi bahwa mayoritas penumpang Garuda Indonesia lebih menyukai melakukan pemesanan tiket melalui agen perjalanan.

**Tabel IV.2**  
**Uji T-Test dan Independent Sampels Test**  
**“Kemudahan Metode Reservasi Tiket (Telepon)”**

|  | Airlines yang digunakan | N                                  | Mean | Std. Deviation | Std. Error Mean |
|--|-------------------------|------------------------------------|------|----------------|-----------------|
| Kemudahan metode reservasi tiket (Telepon) | AirAsia                 | 40                                 | 3.10 | .848           | .133            |
|  | Garuda Indonesia        | 40                                 | 3.68 | .888           | .140            |
|  | Levene's Test           | .577 (.450)                        |      |                |                 |
|  | T dan sig.              | -2.972 (.004)                      |      |                |                 |
|  | Makna                   | Terdapat perbedaan yang signifikan |      |                |                 |

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 15.0

Dengan melihat tabel di atas, diketahui bahwa terdapat perbedaan yang signifikan pula antara kemudahan metode reservasi tiket melalui telepon pada AirAsia dan Garuda Indonesia. Dari 40 penumpang AirAsia yang dijadikan responden pada penelitian ini, diperoleh nilai rata-rata jawaban sebesar 3.10 atau kategori ”sedang “ pada pertanyaan penelitian mengenai kemudahan melakukan reservasi tiket menggunakan telepon. Hal ini dapat terjadi dikarenakan pengguna AirAsia merasa lebih efektif dan efisien menggunakan Internet sebagai media reservasi tiketnya. Namun, ada pula beberapa responden yang membenarkan pengreservasian tiket AirAsia lebih mudah dengan menggunakan telepon. Untuk layanan informasinya sendiri, *call center* AirAsia dapat dihubungi di nomor telepon 0804-1-333-333 atau +6221 8089 9099. Pelayanan pemesanan tiket melalui nomor telepon ini juga dapat dipergunakan selama 24 jam.

Sedangkan untuk Garuda Indonesia, rata-rata jawaban responden mencapai nilai 3.68 atau pernyataan sikap “mudah”. Kemudahan dalam menggunakan telepon sebagai sarana reservasi tiket membuat masyarakat atau konsumen yang ingin menggunakan jasa Garuda Indonesia lebih memilih menggunakan telepon dibandingkan jenis media yang lainnya. Pelayanan yang

ramah dan berorientasi kepada kepuasan konsumen membuat Garuda Indonesia menjadi 1 (satu) pilihan tersendiri bagi konsumen dalam memenuhi kebutuhannya akan layanan penerbangan. Merasa penting untuk memberikan service atau pelayanan yang terbaik bagi konsumennya, membuat Garuda Indonesia memandang tolak ukur keberhasilan dalam pemberian layanan kepada karyawan *Call Center* nya. *Call Center* menjadi jembatan antara perusahaan dan konsumen dalam memenuhi kepentingannya. Dari *Call Center* lah dapat diperoleh segala macam jenis keluhan dan saran dari pelanggan. Dimana saran serta kritikan yang diberikan menjadi alat ukur Garuda Indonesia untuk selalu memperbaiki kualitas pelayanannya agar lebih baik untuk kedepannya. Untuk nomor telepon *call center* dari Garuda Indonesia sendiri dapat dihubungi di nomor telepon 0807-1-807807 atau +6221 2351 9999. Pelayanan *call center* Garuda Indonesia terbuka 24 jam.

Berdasarkan nilai mean dari 2 (dua) unit sampel diatas dapat disimpulkan bahwa perbedaan yang signifikan terjadi diantara keduanya. Dimana untuk responden Garuda Indonesia membenarkan pertanyaan yang menyatakan kemudahan reservasi tiket dengan menggunakan telepon. Variasi jawaban yang berbeda diberikan oleh responden pada AirAsia, dimana untuk mereka kemudahan dalam melakukan reservasi tiket dengan menggunakan telepon dinilai dengan sikap yang "sedang" atau biasa-biasa saja. Perbedaan dari 2 (dua) sikap diataslah yang membuat pertanyaan ini memiliki nilai signifikan.

**Tabel IV.3**  
**Uji T-Test dan Independent Sampels Test**  
**“Kemudahan Metode Reservasi Tiket (Agen Perjalanan)”**

|  | Airlines yang digunakan | N  | Mean | Std. Deviation | Std. Error Mean |
|--|-------------------------|--|------|----------------|-----------------|
| Kemudahan metode reservasi tiket (Agen Perjalanan) | AirAsia                 | 40                                       | 4.03 | .733           | .116            |
|  | Garuda Indonesia        | 40                                       | 4.30 | .648           | .103            |
|  | Levene's Test           | .066 (.798)                              |      |                |                 |
|  | t dan sig.              | -1.777 (.080)                            |      |                |                 |
|  | Makna                   | Tidak terdapat perbedaan yang signifikan |      |                |                 |

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 15.0

Pada pertanyaan “kemudahan metode reservasi tiket menggunakan agen perjalanan diperoleh hasil nilai yang tidak signifikan pada pertanyaan ini. Hal ini dikarenakan jawaban responden dari 2 (dua) unit sampel yang dijadikan responden penelitian diasumsikan tidak memiliki perbedaan yang cukup mencolok. Nilai mean yang dijadikan acuan untuk mengukur tingkat signifikan suatu indikator menjadi poin terpenting untuk melihat variasi jawaban yang diberikan oleh responden.

Nilai mean sebesar 4.03 didapat dari responden AirAsia. Berdasarkan hasil wawancara singkat yang berhasil dilakukan diperoleh keterangan bahwa masih terdapat sejumlah responden yang menggunakan agen perjalanan dalam melakukan reservasi tiket. Sebagian dari responden tersebut berpendapat bahwa agen perjalanan menjadi alternatif teraman yang digunakan dalam pemesanan tiket. karena agen perjalanan yang akan terus bertanggung jawab kepada konsumennya, tidak hanya pada saat pra-keberangkatan atau masa pembelian tiket namun pada saat post-perjalanan menjadikan konsumen menjadi lebih tertarik untuk menggunakan agen perjalanan dibandingkan yang lain. Penyampaian keluhan serta *complain* yang lebih mudah dilakukan, karena dapat dikemukakan



secara terbuka langsung kepada pihak dari agen perjalanan yang bersangkutan membuat konsumen menjadi tenang dan tidak was-was bila terjadi hal yang tidak diinginkan.

Hal yang sama mengenai kemudahan dalam menggunakan agen perjalanan dalam melakukan pengreservasian tiket pesawat juga dibenarkan oleh jawaban dari para penumpang dari Garuda Indonesia. Dari hasil kuesioner yang berhasil dibagikan kepada responden diperoleh nilai mean atau rata-rata jawaban sebesar 4.30 atau “kategori mudah” atas pertanyaan yang diajukan. Agen perjalanan yang biasa responden gunakan antara lain: Panorama Tour, Smailing Tour dan Bayu Buana.

Atas nilai-nilai mean dari 2 (dua) unit sampel diatas, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara rata-rata jawaban responden pada AirAsia dan Garuda Indonesia. Nilai yang tidak signifikan pada pertanyaan ini juga diperkuat dari nilai Sig. (2 tailed) yang ada pada Independen Sampels Test sebesar 0.080. Tidak signifikan karena memiliki nilai angka diatas 0.05.

**Tabel IV.4**  
**Uji T-Test dan Independent Sampels Test**  
**“Kemudahan Metode Reservasi Tiket (Loket/Counter di Bandara)**

|   | Airlines yang digunakan | N  | Mean | Std. Deviation | Std. Error Mean |
|---|-------------------------|--|------|----------------|-----------------|
| Kemudahan metode reservasi tiket (Loket/counter di bandara) | AirAsia                 | 40                                       | 3.50 | .641           | .101            |
|   | Garuda Indonesia        | 40                                       | 3.33 | .797           | .126            |
|   | Levene's Test           | .590 (.445)                              |      |                |                 |
|   | t dan sig.              | 1.082 (.282)                             |      |                |                 |
|   | Makna                   | Tidak terdapat perbedaan yang signifikan |      |                |                 |

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 15.0

Pada pernyataan pada poin ini, nilai mean yang berhasil didapatkan dari responden AirAsia atas pertanyaan mengenai “Kemudahan metode reservasi tiket (loket/counter di bandara) adalah sebesar 3.50, sedangkan nilai mean lainnya yang berasal dari responden Garuda Indonesia menunjukkan kisaran angka sebesar 3.33. Perbedaan nilai yang tidak begitu jauh antara 2 (dua) sampel unit analisis ini membuat pertanyaan ini menjadi tidak signifikan. Nilai tidak signifikan pun dapat dilihat pada nilai Sig. (2 tailed) pada Independent Samples Test sebesar 0.282. ketidaksinifikan diasumsikan sebagai tidak adanya perbedaan yang cukup besar antara jawaban yang diberikan oleh AirAsia dan Garuda Indonesia. Tidak adanya nilai yang mendominasi diantara yang lain menjelaskan bahwa baik antara penumpang AirAsia maupun penumpang Garuda Indonesia sama-sama masih menganggap bahwa metode reservasi tiket lebih mudah jika dilakukan pada loket atau *counter* yang telah disediakan.

Selanjutnya diperoleh pula keterangan dari hasil wawancara yang dilakukan bahwa sejumlah penumpang beralasan akan lebih praktis jika langsung memesan tiket pada loket resmi yang telah tersedia. Locket atau *counter* dinilai lebih memberikan jaminan dalam pemberian informasi yang jelas dan akurat mengenai aktivitas penerbangan yang akan dilakukan.

**Tabel IV.5**  
**Uji T-Test dan Independent Sampels Test**  
**“Kemudahan Metode Reservasi Tiket (Kantor Airlines /Counter khusus di tempat tertentu)**

|  | Airlines yang digunakan | N  | Mean | Std. Deviation | Std. Error Mean |
|--|-------------------------|--|------|----------------|-----------------|
| Kemudahan metode reservasi tiket (Kantor airlines/counter khusus di tempat tertentu) | AirAsia                 | 40                                       | 3.23 | .620           | .098            |
|  | Garuda Indonesia        | 40                                       | 3.20 | .723           | .114            |
|  | Levene's Test           | .640 (.426)                              |      |                |                 |
|  | T dan sig.              | .166 (.869)                              |      |                |                 |
|  | Makna                   | Tidak terdapat perbedaan yang signifikan |      |                |                 |

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 15.0

Metode reservasi tiket pada kantor airlines atau *counter* tertentu, seperti counter AirAsia yang berada Carefour saat ini sudah mulai dimanfaatkan oleh masyarakat. Berdasarkan tabel diatas diperoleh nilai mean atau rata-rata jawaban responden atas pertanyaan “Kemudahan metode reservasi tiket (kantor *airlines/counter* khusus di tempat tertentu) pada 40 responden yang berasal dari para penumpang AirAsia sebesar 3.23, sedangkan dari 40 responden Garuda Indonesia diperoleh nilai rata-rata jawaban sebesar 3.20. Karena rentang nilai yang tidak terlalu lebar hanya antara 3.23-3.20 membuat pertanyaan ini menjadi tidak signifikan, bila didasarkan pada kategori pilihan jawaban responden. Namun tidak hanya karena perbedaan nilai mean antara 2 (dua) unit analisis yang sedikit saja yang membuat pertanyaan ini menjadi tidak signifikan, melainkan dengan melihat pada nilai Sig. (2 tailed) pada Independent Samples Test yang bernilai 0.869. Memperjelas bahwa tidak terdapat signifikansi pada uji perbedaan yang dilakukan diantara 2 (dua) objek penelitian ini.

**Tabel IV.6**  
**Uji T-Test dan Independent Sampels Test**  
**“Nilai Jasa Penerbangan Kriteria Keamanan”**

|  | Airlines yang digunakan | N  | Mean | Std. Deviation | Std. Error Mean |
|--|-------------------------|--|------|----------------|-----------------|
| Nilai jasa penerbangan kriteria keamanan | AirAsia                 | 40                                       | 3.78 | .530           | .084            |
|  | Garuda Indonesia        | 40                                       | 4.05 | .714           | .113            |
|  | Levene's Test           | .254 (.616)                              |      |                |                 |
|  | T dan sig.              | -1.955 (.054)                            |      |                |                 |
|  | Makna                   | Tidak terdapat perbedaan yang signifikan |      |                |                 |

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 15.0

Berdasarkan tabel diatas, nilai mean atau rata-rata jawaban responden mengenai pertanyaan “Nilai jasa penerbangan kriteria keamanan” pada responden dengan penumpang AirAsia diperoleh nilai sebesar 3.78 atau dengan asumsi bahwa rata-rata penumpang AirAsia menyatakan persepsi yang baik terhadap kriteria keamanan yang diberikan oleh AirAsia. Jawaban dengan kategori baik sebagai bukti dari respon positif atas cara kerja AirAsia yang mementingkan keselamatan dan keamanan penumpang selama berada di dalam perjalanan.

Sama halnya dengan nilai jasa penerbangan kriteria keamanan Garuda Indonesia, mayoritas penumpangnya menyatakan pernyataan yang sangat baik mengenai nilai jasa penerbangan yang diberikan Garuda Indonesia dengan kriteria keamanan. Dibuktikan dengan nilai mean yang berhasil dicapai adalah sebesar 4.05 atau mewakili pilihan jawaban dengan skor tertinggi. Keamanan menjadi faktor yang penting yang harus senantiasa dikedepankan oleh perusahaan. Tanpa adanya keamanan tentulah semua kualitas layanan yang lain tidaklah berarti.

Berdasarkan hasil nilai jasa penerbangan kriteria keamanan, baik dari responden AirAsia maupun Garuda Indonesia, dapat terlihat bahwa responden AirAsia dan Garuda Indonesia sama-sama mementingkan keamanan dalam

memilih jasa penerbangan yang akan digunakan. Dan dari tabel terdapat nilai signifikan 0.054 yang berarti bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara AirAsia dan Garuda Indonesia apabila dilihat dari nilai jasa penerbangan kriteria keamanan.

**Tabel IV.7**  
**Uji T-Test dan Independent Sampels Test**  
**“Nilai Jasa Penerbangan Kriteria Pelayanan di dalam Pesawat”**

|  | Airlines yang digunakan | N                                  | Mean | Std. Deviation | Std. Error Mean |
|--|-------------------------|------------------------------------|------|----------------|-----------------|
| Nilai jasa penerbangan kriteria pelayanan di dalam pesawat | AirAsia                 | 40                                 | 3.43 | .636           | .101            |
|  | Garuda Indonesia        | 40                                 | 4.00 | .506           | .080            |
|  | Levene's Test           | 15.131 (.000)                      |      |                |                 |
|  | T dan sig.              | -4.473 (.000)                      |      |                |                 |
|  | Makna                   | Terdapat perbedaan yang signifikan |      |                |                 |

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 15.0

Kualitas pelayanan adalah suatu pekerjaan rumah yang harus selalu dikerjakan sebaik mungkin oleh sebuah perusahaan. Terlebih untuk perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa, dimana kualitas pelayanan akan sangat menentukan kelayakan pelanggan. Untuk kategori diatas mengenai nilai jasa penerbangan dengan kriteria pelayanan di dalam pesawat, dari keseluruhan responden yang dijadikan target penelitian diperoleh nilai rata-rata jawaban yang diberikan adalah pernyataan sikap ”baik” terhadap kualitas pelayanan didalam pesawat dari 2 (dua) maskapai penerbangan yang berbeda ini. Untuk selanjutnya masih dalam pertanyaan yang sama didapatkan jawaban responden yaitu penumpang AirAsia atas nilai rata-rata jawaban keseluruhan yang ditunjukkan sebesar 3.43 dan nilai sebesar 4.00 untuk jawaban responden yang menggunakan Garuda Indonesia. Terdapat banyak angka dari kedua *airlines* ini.

**Tabel IV.8**  
**Uji T-Test dan Independent Sampels Test**  
**“Nilai Jasa Penerbangan Kriteria Fasilitas Reservasi”**

|   | Airlines yang digunakan | N  | Mean | Std. Deviation | Std. Error Mean |
|---|-------------------------|--|------|----------------|-----------------|
| Nilai jasa penerbangan kriteria fasilitas reservasi | AirAsia                 | 40                                       | 3.53 | .679           | .107            |
|   | Garuda Indonesia        | 40                                       | 3.78 | .530           | .084            |
|   | Levene's Test           | 6615 (.012)                              |      |                |                 |
|   | t dan sig.              | - 1.835 (.070)                           |      |                |                 |
|   | Makna                   | Tidak terdapat perbedaan yang signifikan |      |                |                 |

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 15.0

Dari nilai mean, dapat dilihat kecenderungan rata-rata jawaban responden mengenai pertanyaan "Nilai jasa penerbangan dengan kriteria fasilitas reservasi" menunjukkan pola "baik" mengenai penilaian terhadap fasilitas reservasi yang diberikan oleh perusahaan penerbangan AirAsia dan Garuda Indonesia. Nilai 3.53 merupakan rata-rata jawaban yang diberikan oleh responden AirAsia dan 3.78 untuk responden yang merupakan penumpang dari Garuda Indonesia. Melihat rata-rata jawaban yang cukup baik pada pertanyaan penelitian kali ini dapat disimpulkan bahwa para penumpang cukup puas dengan kemudahan dalam mereservasi tiket. Baik untuk AirAsia maupun Garuda Indonesia penyediaan sarana atau media yang cukup bervariasi dalam melakukan pemesanan tiket membuat penumpang merasa sangat terbantu dengan adanya fasilitas pelayanan ini. Fasilitas yang dimaksud adalah penyediaan layanan diberikan AirAsia dan Garuda Indonesia, seperti: kemudahan melakukan reservasi tiket dengan hanya menggunakan fasilitas internet, dengan situs yang langsung bisa diakses selama 24 jam non stop. Dan layanan booking dengan menggunakan *line* telepon, serta pembelian tiket yang langsung bisa diperoleh di loket atau counter resmi dari

maskapai penerbangan yang bersangkutan. Dan untuk nilai signifikan nya sendiri dari pertanyaan ini dapat dilihat pada Sig. (2 tailed) yang ada pada Independent Samples Test. Diperoleh nilai 0.070, karena nilai berada diatas 0.05 maka dapat simpulkan jawaban responden mengenai nilai jasa penerbangan dengan kriteria fasilitas reservasi dianggap tidak signifikan. Atau dengan kata lain tidak terdapat perbedaan yang cukup jauh atau tidak signifikan.

**Tabel IV.9**  
**Uji T-Test dan Independent Sampels Test**  
**“Nilai Jasa Penerbangan Kriteria Harga”**

|                                       | Airlines yang digunakan | N                                  | Mean | Std. Deviation | Std. Error Mean |
|---------------------------------------|-------------------------|------------------------------------|------|----------------|-----------------|
| Nilai jasa penerbangan kriteria harga | AirAsia                 | 40                                 | 3.73 | .716           | .113            |
|                                       | Garuda Indonesia        | 40                                 | 3.40 | .591           | .093            |
|                                       | Levene's Test           | 1.623 (.206)                       |      |                |                 |
|                                       | t dan sig.              | 2.215 (.030)                       |      |                |                 |
|                                       | Makna                   | Terdapat perbedaan yang signifikan |      |                |                 |

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 15.0

Pada tabel diatas akan disajikan hasil penelitian mengenai jawaban responden berdasarkan penilaian terhadap nilai jasa penerbangan dengan kriteria harga. Dapat dilihat nilai mean yang besar pada responden yang berasal dari penumpang AirAsia menandakan bahwa faktor harga menjadi yang sangat menentukan untuk menggunakan jasa penerbangan AirAsia. Mayoritas responden menyebutkan bahwa murah nya harga tiket AirAsia menjadi alasan utama menggunakan AirAsia jasa penerbangannya. Penawaran harga yang lebih rendah dibandingkan dengan maskapai penerbangan lain terbukti dapat membangkitkan antusiasme masyarakat untuk berbondong-bondong beralih ke AirAsia. Hal ini menjadi tidak aneh, jika dilihat dari rata-rata jawaban responden dari AirAsia sebesar 3.73 total dari keseluruhan jawaban responden yang ada. Sedangkan untuk

responden lain yang berasal dari Garuda Indonesia, sebanyak 40 responden yang menjadi sampel penelitian memberikan rata-rata jawaban atau nilai mean sebesar 3.40. Hal yang berbeda didapatkan dari responden Garuda Indonesia, yang memberikan pendapat bahwa faktor harga menjadi tidak terlalu penting, karena yang terpenting bagi mereka adalah ketepatan waktu dan kenyamanan yang diperoleh selama berkendara. Berdasarkan hasil wawancara singkat yang diperoleh peneliti di lapangan, diperoleh keterangan bahwa mayoritas responden yang menjadi penumpang dari Garuda Indonesia adalah rata-rata ingin bepergian dengan alasan bisnis. Karena dibutuhkan ketepatan waktu, sehingga mereka tidak terlalu mempermasalahkan harga yang sedikit mahal dari Garuda Indonesia untuk setiap harga satuan tiketnya. Sebagian dari responden menyebutkan bahwa kualitas dari Garuda Indonesia sudah tidak perlu diragukan lagi dan hal ini menjadi prioritas awal mereka dalam memilih dan menggunakan Garuda Indonesia.

Dari hasil mean diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara persepsi responden menyangkut harga tiket yang ditawarkan oleh dua maskapai penerbangan, yaitu AirAsia dan Garuda Indonesia. Kecenderungan jawaban yang mengarah kepada pentingnya harga tiket sebagai alasan utama dalam memilih angkutan jasa penerbangannya. Nilai sebesar .030 pada Sig (2tailed) juga semakin menguatkan bahwa terdapat perbedaan pandangan yang cukup signifikan yang diberikan oleh responden.



**Tabel IV.10**  
**Uji T-Test dan Independent Sampels Test**  
**“Nilai Jasa Penerbangan Kriteria Image”**

|                                       | Airlines yang digunakan | N                                  | Mean | Std. Deviation | Std. Error Mean |
|---------------------------------------|-------------------------|------------------------------------|------|----------------|-----------------|
| Nilai jasa penerbangan kriteria image | AirAsia                 | 40                                 | 3.30 | .687           | .098            |
|                                       | Garuda Indonesia        | 40                                 | 4.08 | .474           | .114            |
|                                       | Levene's Test           | 10.203 (.002)                      |      |                |                 |
|                                       | t dan sig.              | -5.872 (.000)                      |      |                |                 |
|                                       | Makna                   | Terdapat perbedaan yang signifikan |      |                |                 |

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 15.0

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan terdapat perbedaan yang signifikan antara nilai rata-rata jawaban atau nilai mean yang berasal dari responden dengan penumpang AirAsia dan Garuda Indonesia. Untuk nilai mean dari 40 responden AirAsia adalah sebesar 3.30. Nilai ini dapat diasumsikan bahwa sebenarnya pengguna atau penumpang jasa penerbangan AirAsia tidak terlalu mementingkan masalah *image* dari AirAsia sendiri untuk pada akhirnya menentukan pilihan untuk menggunakan jasa dari AirAsia. Sedangkan untuk penumpang Garuda Indonesia diperoleh variasi jawaban yang relatif berbeda, karena berdasarkan nilai mean yang ada juga telah mengidentifikasi bahwasanya *image* menjadi produk yang sangat penting untuk penumpang Garuda Indonesia dalam memilih maskapai penerbangan ini sebagai pilihan jasa penerbangannya. *Image* dari Garuda Indonesia sebagai perusahaan jasa penerbangan nomor satu di Indonesia yang mampu menguasai pasar domestik dalam negeri, ternyata menjadi alasan bagi sebagian masyarakat untuk memilih Garuda Indonesia dalam rangka meningkatkan *prestice* mereka di mata orang lain.

Nilai mean yang cukup jauh dengan range nilai antara 3.30-4.08 menjelaskan terjadinya perbedaan yang signifikan atas kategori jawaban yang diberikan oleh responden dari AirAsia dan Garuda Indonesia.

**Tabel IV.11**  
**Uji T-Test dan Independent Sampels Testa**  
**“Nilai Jasa Penerbangan Kriteria Waktu Keberangkatan”**

|   | Airlines yang digunakan | N                                  | Mean | Std. Deviation | Std. Error Mean |
|---|-------------------------|------------------------------------|------|----------------|-----------------|
| Nilai jasa penerbangan kriteria waktu keberangkatan | AirAsia                 | 40                                 | 2.15 | .802           | .127            |
|   | Garuda Indonesia        | 40                                 | 3.93 | .526           | .083            |
|   | Levene's Test           | 9.458 (.003)                       |      |                |                 |
|   | t dan sig.              | -11.705 (.000)                     |      |                |                 |
|   | Makna                   | Terdapat perbedaan yang signifikan |      |                |                 |

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 15.0

Bagi kebanyakan orang, ketepatan waktu menjadi hal yang sangat utama. Hal ini menjadikan prioritas dalam mendapatkan jasa penerbangan yang terbaik dari suatu maskapai penerbangan sangat dipedulikan oleh konsumen. Nilai mean yang didapat dari responden AirAsia sebesar 2.15, menunjukkan penilaian yang buruk dari penumpang AirAsia mengenai waktu keberangkatan dari AirAsia. Penilaian yang buruk disebabkan karena pada saat penelitian berlangsung pada penerbangan AirAsia tujuan Surabaya yang berangkat pukul 13.00, penerbangan tersebut ditunda (*delay*) keberangkatannya menjadi pukul 20.00. Hal tersebut menyebabkan kekecewaan pada penumpang, sehingga membuat penumpang AirAsia yang merupakan responden penelitian ini memberikan nilai buruk untuk nilai jasa penerbangan kriteria waktu keberangkatan. Sedangkan nilai mean dari Garuda Indonesia adalah sebesar 3.93. Nilai mean ini menunjukkan persepsi responden yang baik dikarenakan keberangkatan penerbangan Garuda Indonesia yang tepat waktu.

Perbedaan nilai mean antara responden AirAsia dan Garuda Indonesia yang terlalu jauh dan lebar menjadikan perbedaan jawaban dari 2 (dua) unit sampel ini sangat signifikan. Hal ini dibuktikan dengan nilai Sig. (2 tailed) .000 disimpulkan signifikan karena berada dibawah nilai 0.05.

**Tabel IV.12**  
**Uji T-Test dan Independent Sampels Test**  
**“Nilai Jasa Penerbangan Kriteria Reputasi”**

|  | Airlines yang digunakan | N                                  | Mean | Std. Deviation | Std. Error Mean |
|--|-------------------------|------------------------------------|------|----------------|-----------------|
| Nilai jasa penerbangan kriteria reputasi | AirAsia                 | 40                                 | 3.13 | .648           | .102            |
|  | Garuda Indonesia        | 40                                 | 4.03 | .423           | .067            |
|  | Levene's Test           | 6.473 (.013)                       |      |                |                 |
|  | t dan sig.              | .7356 (.000)                       |      |                |                 |
|  | Makna                   | Terdapat perbedaan yang signifikan |      |                |                 |

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 15.0

Dengan melihat tabel diatas dapat diketahui nilai mean yang berbeda diantara 2 (dua) unit analisis penelitian menunjukkan nilai signifikan atas jawaban responden yang ada. Untuk jawaban responden rata-rata untuk penumpang AirAsia didapat nilai 3.13 atau pernyataan sikap ”sedang” dan biasa-biasa saja yang diberikan oleh responden mengenai pentingnya reputasi dalam menjadi pilihan untuk menggunakan jasa penerbangan. Hal ini menunjukkan bahwa responden yang menggunakan jasa penerbangan AirAsia menganggap reputasi perusahaan tidak terlalu berpengaruh dalam menentukan jasa penerbangan yang akan digunakan. Berdasarkan hasil wawancara dengan responden yang merupakan pengguna jasa penerbangan AirAsia, dalam menentukan jasa penerbangan yang akan mereka gunakan, mereka lebih mementingkan harga dan

pelayanan didalam pesawat dibandingkan dengan reputasi jasa penerbangan tersebut.

Sedangkan untuk nilai mean atau rata-rata jawaban responden yang didapat dari penumpang Garuda Indonesia diperoleh nilai 4.03 atau pernyataan yang ”baik” yang mengisyaratkan pentingnya reputasi dalam memilih jasa penerbangan. Dan menurut responden yang menggunakan jasa penerbangan Garuda Indonesia, Garuda Indonesia dianggap mampu mewakili perusahaan penerbangan dengan citra atau reputasi yang baik.

Perbedaan nilai mean yang berkisar antara 3.13-4.03 menunjukkan perbedaan yang sangat signifikan antara 2 (dua) jawaban responden ini.

**Tabel IV.13**  
**Uji T-Test dan Independent Sampels Test**  
**“Pentingnya Faktor Harga ”**

|                         | Airlines yang digunakan | N                                  | Mean | Std. Deviation | Std. Error Mean |
|-------------------------|-------------------------|------------------------------------|------|----------------|-----------------|
| Pentingnya Faktor Harga | AirAsia                 | 40                                 | 4.03 | .800           | .127            |
|                         | Garuda Indonesia        | 40                                 | 3.38 | .740           | .117            |
|                         | Levene's Test           | .147 (.703)                        |      |                |                 |
|                         | t dan sig.              | 3.771 (.000)                       |      |                |                 |
|                         | Makna                   | Terdapat perbedaan yang signifikan |      |                |                 |

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 15.0

Alasan membeli tiket didasarkan atas kriteria harga ditunjukkan oleh nilai rata-rata jawaban responden dari dua unit sampel penelitian. Responden yang berasal dari penumpang AirAsia memiliki nilai mean sebesar 4.03. Dengan kategori nilai atas nilai 4.03 adalah ”penting”. Mengapa penting adalah karena alasan harga menjadi faktor yang mendominasi mayoritas konsumen untuk menggunakan AirAsia sebagai alternatif menggunakan jasa penerbangan.

Sebagian besar dari responden yang menggunakan jasa penerbangan AirAsia melakukan perjalanan untuk tujuan mengunjungi teman/saudara/kerabat dengan menggunakan dana pribadi yang membuat mereka memilih jasa penerbangan yang harga tiketnya lebih terjangkau. Oleh karena itu sebagian besar responden yang menggunakan jasa penerbangan AirAsia menilai penting faktor harga.

Sedangkan untuk nilai mean atau rata-rata jawaban responden yang didapat dari penumpang Garuda Indonesia diperoleh nilai 3.38 atau pernyataan yang "sedang" yang berarti rata-rata penumpang Garuda Indonesia menganggap harga bukanlah faktor utama yang menentukan dalam menentukan jasa penerbangan yang akan digunakan. Hal ini dikarenakan sebagian besar responden yang menggunakan jasa penerbangan Garuda Indonesia melakukan perjalanan dengan tujuan bisnis yang tiket penerbangannya dibiayai oleh perusahaan, sehingga mereka menganggap harga bukanlah faktor penentu jasa penerbangan yang akan digunakan.

Perbedaan nilai mean antara responden AirAsia dan Garuda Indonesia yang tinggi menjadikan perbedaan jawaban dari 2 (dua) unit sampel ini signifikan. Hal ini dibuktikan dengan nilai Sig. (2 tailed) .000 disimpulkan signifikan karena berada dibawah nilai 0.05.

**Tabel IV.14**  
**Uji T-Test dan Independent Sampels Test**  
**“Pentingnya Faktor Fasilitas Reservasi”**

|                                       | Airlines yang digunakan | N  | Mean | Std. Deviation | Std. Error Mean |
|---------------------------------------|-------------------------|--|------|----------------|-----------------|
| Pentingnya Faktor Fasilitas Reservasi | AirAsia                 | 40                                       | 3.65 | .770           | .122            |
|                                       | Garuda Indonesia        | 40                                       | 3.65 | .864           | .137            |
|                                       | Levene's Test           | .171 (.680)                              |      |                |                 |
|                                       | t dan sig.              | .000 (1.000)                             |      |                |                 |
|                                       | Makna                   | Tidak terdapat perbedaan yang signifikan |      |                |                 |

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 15.0

Alasan membeli tiket didasarkan atas kriteria fasilitas reservasi ditunjukkan oleh nilai rata-rata jawaban responden dari dua unit sampel penelitian. Responden yang berasal dari penumpang AirAsia memiliki nilai mean sebesar 3.65. Dengan kategori nilai atas nilai 3.65 adalah "sedang". Hal ini dikarenakan penumpang AirAsia mengatakan bahwa fasilitas reservasi bukanlah faktor yang utama dalam menentukan jasa penerbangan yang akan digunakan.

Sedangkan untuk nilai mean atau rata-rata jawaban responden yang didapat dari penumpang Garuda Indonesia diperoleh nilai 3.65 atau pernyataan yang "sedang" yang berarti rata-rata penumpang Garuda Indonesia menganggap harga bukanlah faktor utama yang menentukan dalam menentukan jasa penerbangan yang akan digunakan. Responden baik yang menggunakan jasa penerbangan AirAsia maupun Garuda Indonesia menganggap bahwa fasilitas reservasi yang ada saat ini sudah sangat memudahkan baik itu melalui agen perjalanan, internet, telepon maupun loket penjualan tiket sehingga responden menilai fasilitas reservasi bukanlah faktor utama yang menentukan jasa penerbangan yang akan digunakan.

Dan pada Sig. (2 tailed) yang ada pada Independent Samples Test diperoleh nilai 1.000. Karena nilai berada diatas 0.05 maka dapat disimpulkan jawaban responden mengenai pentingnya faktor fasilitas reservasi dianggap tidak signifikan. Atau dengan kata lain tidak terdapat perbedaan yang cukup jauh atau tidak signifikan.

**Tabel IV.15**  
**Uji T-Test dan Independent Sampels Test**  
**“Pentingnya Faktor Jadwal Yang Sesuai”**

|                                      | Airlines yang digunakan | N                                  | Mean | Std. Deviation | Std. Error Mean |
|--------------------------------------|-------------------------|------------------------------------|------|----------------|-----------------|
| Pentingnya faktor jadwal yang sesuai | AirAsia                 | 40                                 | 4.08 | .829           | .131            |
|                                      | Garuda Indonesia        | 40                                 | 4.43 | .594           | .094            |
|                                      | Levene's Test           | .007 (.932)                        |      |                |                 |
|                                      | t dan sig.              | -2.171 (.033)                      |      |                |                 |
|                                      | Makna                   | Terdapat perbedaan yang signifikan |      |                |                 |

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 15.0

Pentingnya faktor jadwal yang sesuai ditunjukkan oleh nilai rata-rata jawaban responden dari dua unit sampel penelitian. Responden yang berasal dari penumpang AirAsia memiliki nilai mean sebesar 4.08. Dengan kategori nilai atas nilai 4.08 adalah ”penting”. Faktor jadwal yang sesuai dianggap penting karena faktor ini yang mendominasi mayoritas konsumen untuk menggunakan AirAsia sebagai alternatif menggunakan jasa penerbangan.

Sedangkan untuk nilai mean atau rata-rata jawaban responden yang didapat dari penumpang Garuda Indonesia diperoleh nilai 4.43 atau dianggap ”penting” yang berarti rata-rata penumpang Garuda Indonesia menganggap jadwal yang sesuai termasuk faktor yang mempengaruhi dalam menentukan jasa penerbangan yang akan digunakan. Pentingnya jadwal yang sesuai dikarenakan

sebagian besar responden yang menggunakan jasa penerbangan Garuda Indonesia melakukan perjalanan dengan tujuan bisnis, sehingga waktu merupakan hal yang penting, kesesuaian jadwal dengan jadwal perjalanan bisnis harus sesuai.

Nilai signifikansi pentingnya faktor jadwal penerbangan yang sesuai dalam membeli tiket pesawat adalah signifikan (0.033, lebih kecil dari 0.05) yang menjelaskan bahwa terdapat perbedaan secara nyata pada taraf kepercayaan 95% antara nilai pentingnya faktor jadwal penerbangan yang sesuai dalam membeli tiket pesawat pada AirAsia dan Garuda Indonesia.

**Tabel IV.16**  
**Uji T-Test dan Independent Sampels Test**  
**“Pentingnya Faktor Waktu Tiba Yang Tepat Waktu”**

|   | Airlines yang digunakan | N  | Mean | Std. Deviation | Std. Error Mean |
|---|-------------------------|--|------|----------------|-----------------|
| Pentingnya faktor waktu tiba yang tepat waktu | AirAsia                 | 40                                       | 4.03 | .832           | .131            |
|   | Garuda Indonesia        | 40                                       | 4.35 | .622           | .098            |
|   | Levene's Test           | .022 (.881)                              |      |                |                 |
|   | t dan sig.              | -1.979 (.051)                            |      |                |                 |
|   | Makna                   | Tidak terdapat perbedaan yang signifikan |      |                |                 |

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 15.0

Nilai faktor waktu tiba yang tepat waktu ditunjukkan oleh rata-rata jawaban responden dari dua unit sampel penelitian. Responden yang berasal dari penumpang AirAsia memiliki nilai mean sebesar 4.03. Dengan kategori nilai atas nilai 4.03 adalah ”penting”. Faktor waktu tiba yang tepat waktu dianggap penting karena faktor ini merupakan salah satu yang mendorong mayoritas konsumen untuk menggunakan AirAsia sebagai alternatif menggunakan jasa penerbangan.

Dan untuk nilai mean atau rata-rata jawaban responden yang didapat dari penumpang Garuda Indonesia diperoleh nilai 4.35 atau dianggap ”penting” yang



berarti rata-rata penumpang Garuda Indonesia menganggap jadwal yang sesuai termasuk faktor penting yang mempengaruhi dalam menentukan jasa penerbangan yang akan digunakan.

Dari penelitian ini, semua responden, baik yang menggunakan jasa penerbangan AirAsia maupun Garuda Indonesia menilai faktor tiba yang tepat waktu merupakan hal yang penting dikarenakan mereka memiliki keterbatasan waktu dalam melakukan perjalanan. Ada yang hanya memiliki waktu 2 hari, ada yang 3 hari. Hal ini dikarenakan setiap responden memiliki kepentingan masing-masing yang menuntut waktu tiba yang tepat waktu.

Pada Sig. (2 tailed) yang ada pada Independent Samples Test diperoleh nilai .051. Karena nilai berada diatas 0.05 maka dapat simpulkan jawaban responden mengenai pentingnya faktor fasilitas reservasi dianggap tidak signifikan. Atau dengan kata lain tidak terdapat perbedaan yang cukup jauh atau tidak signifikan.

**Tabel IV.17**  
**Uji T-Test dan Independent Sampels Test**  
**“Pentingnya Faktor Reputasi Yang Baik”**

|                                      | Airlines yang digunakan | N                                  | Mean | Std. Deviation | Std. Error Mean |
|--------------------------------------|-------------------------|------------------------------------|------|----------------|-----------------|
| Pentingnya faktor reputasi yang baik | AirAsia                 | 40                                 | 3.70 | .883           | .140            |
|                                      | Garuda Indonesia        | 40                                 | 4.43 | .549           | .087            |
|                                      | Levene's Test           | 16.383 (.000)                      |      |                |                 |
|                                      | t dan sig.              | -4.409 (.000)                      |      |                |                 |
|                                      | Makna                   | Terdapat perbedaan yang signifikan |      |                |                 |

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 15.0

Pentingnya faktor reputasi yang baik ditunjukkan oleh nilai rata-rata jawaban responden dari dua unit sampel penelitian. Responden yang berasal dari

penumpang AirAsia memiliki nilai mean sebesar 3.70. Dengan kategori nilai atas, nilai 3.70 adalah "penting". Faktor reputasi yang baik dianggap penting karena rata-rata responden AirAsia menggunakan jasa penerbangan AirAsia karena faktor reputasinya yang baik di mata responden AirAsia.

Sedangkan untuk nilai mean atau rata-rata jawaban responden yang didapat dari penumpang Garuda Indonesia diperoleh nilai 4.43 atau dianggap "penting" yang berarti rata-rata penumpang Garuda Indonesia menganggap reputasi yang baik merupakan faktor penting yang mempengaruhi dalam menentukan jasa penerbangan yang akan digunakan. Dan responden yang menggunakan Garuda Indonesia memilih menggunakan Garuda Indonesia karena reputasi yang dimiliki Garuda Indonesia sangat baik di mata penumpang Garuda Indonesia.

Nilai signifikansi pentingnya faktor reputasi yang baik adalah signifikan (0.000, lebih kecil dari 0.05) yang menjelaskan bahwa terdapat perbedaan secara nyata pada taraf kepercayaan 95% antara nilai pentingnya faktor reputasi yang baik dalam membeli tiket pesawat pada AirAsia dan Garuda Indonesia.

**Tabel IV.18**  
**Uji T-Test dan Independent Sampels Test**  
**"Pentingnya Faktor Keamanan"**

|                            | Airlines yang digunakan | N  | Mean | Std. Deviation | Std. Error Mean |
|----------------------------|-------------------------|--|------|----------------|-----------------|
| Pentingnya faktor keamanan | AirAsia                 | 40                                       | 4.30 | .564           | .089            |
|                            | Garuda Indonesia        | 40                                       | 4.45 | .597           | .094            |
|                            | Levene's Test           | 1.222 (.272)                             |      |                |                 |
|                            | t dan sig.              | -1.155 (.252)                            |      |                |                 |
|                            | Makna                   | Tidak terdapat perbedaan yang signifikan |      |                |                 |

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 15.0

Faktor keamanan ditunjukkan oleh nilai rata-rata jawaban responden dari dua unit sampel penelitian. Responden yang berasal dari penumpang AirAsia memiliki nilai mean sebesar 4.30. Dengan kategori nilai atas, nilai 4.30 adalah "penting". Faktor keamanan dianggap penting karena faktor ini merupakan salah satu faktor yang mendorong mayoritas konsumen untuk menggunakan AirAsia sebagai alternatif menggunakan jasa penerbangan. Responden yang menggunakan AirAsia menilai jasa penerbangan AirAsia memiliki tingkat keamanan yang baik, hal ini ditunjukkan dengan pemeriksaan AirAsia terhadap mesin dan perawatan yang teratur yang dilakukan di hangar *Garuda Maintenance Facilities (GMF)*.

Dan untuk nilai mean atau rata-rata jawaban responden yang didapat dari penumpang Garuda Indonesia diperoleh nilai 4.45 atau dianggap "penting" yang berarti rata-rata penumpang Garuda Indonesia menganggap keamanan termasuk faktor penting yang mempengaruhi responden dalam menentukan Garuda Indonesia sebagai jasa penerbangan yang digunakan. Untuk menjaga keamanan pesawat Garuda Indonesia, setiap pemeriksaan pesawat dilakukan di *Garuda Maintenance Facility (GMF)* secara rutin. Hal tersebut membuat sebagian besar responden yang menggunakan Garuda Indonesia memilih menggunakan jasa penerbangan Garuda Indonesia.

Pada Sig. (2 tailed) yang ada pada Independent Samples Test diperoleh nilai .252. Karena nilai berada diatas 0.05 maka dapat disimpulkan jawaban responden mengenai pentingnya faktor fasilitas reservasi dianggap tidak signifikan. Atau dengan kata lain tidak terdapat perbedaan yang cukup jauh atau tidak signifikan.

**Tabel IV.19**  
**Uji T-Test dan Independent Sampels Test**  
**“Pentingnya Faktor Kualitas Keseluruhan”**

|  | Airlines yang digunakan | N  | Mean | Std. Deviation | Std. Error Mean |
|--|-------------------------|--|------|----------------|-----------------|
| Pentingnya faktor kualitas keseluruhan | AirAsia                 | 40                                       | 4.25 | .707           | .112            |
|  | Garuda Indonesia        | 40                                       | 4.25 | .670           | .106            |
|  | Levene's Test           | .221 (.640)                              |      |                |                 |
|  | t dan sig.              | .000 (1.000)                             |      |                |                 |
|  | Makna                   | Tidak terdapat perbedaan yang signifikan |      |                |                 |

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 15.0

Faktor kualitas keseluruhan ditunjukkan oleh nilai rata-rata jawaban responden dari dua unit sampel penelitian. Responden yang berasal dari penumpang AirAsia dan Garuda Indonesia memiliki nilai mean sebesar 4.25. Dengan kategori nilai atas, nilai 4.25 adalah ”penting”. Faktor kualitas keseluruhan merupakan penilaian terhadap kualitas keseluruhan, baik itu dari harga, keamanan, jadwal keberangkatan yang sesuai, reputasi, dan fasilitas reservasi. Faktor kualitas keseluruhan dianggap penting oleh sebagian besar responden, baik yang menggunakan AirAsia maupun Garuda Indonesia karena faktor ini merupakan faktor yang mendorong mayoritas konsumen untuk menggunakan AirAsia dan Garuda Indonesia sebagai alternatif jasa penerbangan yang digunakan. Sebagian besar responden mengatakan bahwa dengan kualitas keseluruhan yang baik, responden merasa lebih dimudahkan dan nyaman dalam melakukan perjalanan.

Pada Sig. (2 tailed) yang ada pada Independent Samples Test diperoleh nilai 1.000. Karena nilai berada diatas 0.05 maka dapat disimpulkan jawaban responden mengenai pentingnya faktor kualitas keseluruhan dianggap tidak

signifikan. Atau dengan kata lain tidak terdapat perbedaan yang cukup jauh atau tidak signifikan.

#### D. Analisis Pengaruh

##### 1. Univariate Analysis of Variance (Gabungan AirAsia dan Garuda Indonesia)

**Tabel IV.20**

##### Tests of Between-Subjects Effects Gabungan AirAsia dan Garuda Indonesia

Dependent Variable: Berapa harga tiket pesawat anda ini

| Source                  | Type III Sum of Squares  | df | Mean Square            | F       | Sig. | Signifikansi Diterima atau Ditolak |
|-------------------------|--------------------------|----|------------------------|---------|------|------------------------------------|
| Corrected Model         | 473150684339<br>4.990(a) | 11 | 4301369857<br>63.181   | 7.766   | .000 | Diterima (terdapat perbedaan)      |
| Intercept               | 115338612863<br>79.700   | 1  | 1153386128<br>6379.700 | 208.238 | .000 | Diterima (terdapat perbedaan)      |
| MetodeReservasi         | 827034497152<br>.409     | 2  | 4135172485<br>76.204   | 7.466   | .001 | Diterima (terdapat perbedaan)      |
| Waktu                   | 102371693693<br>0.758    | 4  | 2559292342<br>32.689   | 4.621   | .002 | Diterima (terdapat perbedaan)      |
| MetodeReservasi * Waktu | 324988473751<br>.111     | 5  | 6499769475<br>0.222    | 1.173   | .331 | Ditolak (tidak terdapat perbedaan) |
| Error                   | 376637796348<br>0.009    | 68 | 5538791122<br>7.647    |         |      |                                    |
| Total                   | 371630430100<br>00.000   | 80 |                        |         |      |                                    |
| Corrected Total         | 849788480687<br>5.000    | 79 |                        |         |      |                                    |

a R Squared = .557 (Adjusted R Squared = .485)

Sumber: hasil pengolahan data peneliti, 2008

Tabel Test of Between-Subjects Effects digunakan untuk menguji pengaruh suatu faktor terhadap variabel dependen. Analisis ini menguji variasi yang terjadi pada variabel dependen.

Berdasarkan hasil analisis pada tabel IV.20, indikator yang menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan terhadap variabel metode reservasi tiket atau angka signifikan dibawah 0.05 adalah indikator atau faktor metode reservasi (angka signifikan=0.001). Jadi terdapat suatu perbedaan yang signifikan pada

besaran harga tiket pesawat yang mesti dibayarkan oleh penumpang, dikarenakan metode reservasi yang dipilih. Untuk indikator metode reservasi tiket, karena angka signifikansi yang ditunjukkan di bawah 0.05 (yakni 0,001), maka  $H_0$  ditolak. Hal ini menunjukkan adanya variasi harga tiket pesawat akibat pengaruh variabel metode reservasi.

Sedangkan untuk faktor waktu, dari tabel diatas dapat dilihat nilai signifikansi yang ditunjukkan oleh tabel Test of between-subjects effects adalah sebesar 0.002 (atau lebih kecil dari nilai  $\alpha$ ), sehingga  $H_0$  ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat variasi besaran harga tiket pesawat diakibatkan pengaruh dari waktu pemesanan tiket.

Waktu pemesanan tiket sangat berpengaruh terhadap harga tiket yang diberikan oleh Garuda Indonesia dan AirAsia. Contohnya pada AirAsia, harga tiket yang ditawarkan kepada masyarakat akan jauh lebih murah, jika dipesan lebih dari 21 hari sebelumnya. Sedangkan jika tiket baru dipesan pada saat-saat keberangkatan atau pada hari H, maka nilai dari harga tiket tersebut akan jauh lebih tinggi atau mahal.

Sedangkan untuk interaksi antara metode\*waktu, nilai signifikansi yang didapat adalah sebesar 0.331. Nilai ini menjadi tidak signifikan, karena  $> \alpha$ . Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima jadi tidak ada interaksi antara variabel metode dengan variabel waktu.

**Tabel IV.21**  
**Multiple Comparisons**

Dependent Variable: Berapa harga tiket pesawat anda ini  
Bonferroni

| (I) Reservasi yang dilakukan menggunakan jasa apa | (J) Reservasi yang dilakukan menggunakan jasa apa | Mean Difference (I-J) | Std. Error | Sig. | 95% Confidence Interval |             | Signifikansi diterima atau ditolak |
|---|---|-----------------------|------------|------|-------------------------|-------------|------------------------------------|
|   |   |                       |            |      | Upper Bound             | Lower Bound |                                    |
| Internet  | Telepon   | -541,622.42(*)        | 82,954.978 | .000 | -745,247.46             | -337,997.39 | Diterima (ada perbedaan)           |
|   | Agen Perjalanan                                   | -373,608.21(*)        | 57,153.010 | .000 | -513,898.56             | -233,317.85 | Diterima (ada perbedaan)           |
| Telepon   | Internet  | 541,622.42(*)         | 82,954.978 | .000 | 337,997.39              | 745,247.46  | Diterima (ada perbedaan)           |
|   | Agen Perjalanan                                   | 168,014.22            | 80,345.924 | .121 | -29,206.51              | 365,234.95  | Ditolak (tidak ada perbedaan)      |
| Agen Perjalanan                                   | Internet  | 373,608.21(*)         | 57,153.010 | .000 | 233,317.85              | 513,898.56  | Diterima (ada perbedaan)           |
|   | Telepon   | -168,014.22           | 80,345.924 | .121 | -365,234.95             | 29,206.51   | Ditolak (ada perbedaan)            |

Based on observed means.

\* The mean difference is significant at the .05 level.

Sumber: hasil pengolahan data peneliti, 2008.

Tabel Multiple Comparisons menginformasikan bahwa terjadi perbedaan rata-rata yang signifikan akibat pengaruh metode reservasi terhadap variabel harga tiket pesawat.

Berdasarkan hasil analisa pada tabel IV.21 diatas menunjukkan perbedaan yang signifikan untuk metode reservasi yang digunakan. Untuk indikator internet sebagai jasa yang digunakan untuk reservasi, ditunjukkan angka signifikansi dibawah 0,05 (yakni 0,000 antara reservasi yang menggunakan internet dengan telepon). Dengan mean yang ditunjukkan sebesar -541,662.42. Sedangkan masih pada indikator yang sama terjadi pula perbedaan rata-rata yang signifikan akibat pengaruh perbedaan metode reservasi telepon dengan agen perjalanan terhadap

harga tiket pesawat. Hal ini dikuatkan dengan nilai pada kolom Sig, yaitu sebesar 0,000.

Pada indikator selanjutnya dapat dilihat tidak terlihat perbedaan yang signifikan pada indikator telepon sebagai jasa yang digunakan untuk reservasi, karena ditunjukkan nilai signifikan 0,121. Nilai diatas 0,05 menunjukkan tidak adanya perbedaan rata-rata yang signifikan antara pengaruh harga tiket pesawat dengan menggunakan reservasi yang menggunakan metode reservasi telepon maupun yang menggunakan agen perjalanan. Hal ini dikuatkan dengan nilai mean yang didapat adalah sebesar 168,014.22. Akan tetapi untuk indikator telepon sebagai metode reservasi dan internet berpengaruh signifikan terhadap harga tiket. dengan nilai Sig. sebesar 0,000.

Selanjutnya, untuk indikator agen perjalanan sebagai jasa yang digunakan untuk reservasi diperoleh nilai signifikansi 0.000 antara agen perjalanan dengan internet. Nilai 0,000 ini menunjukkan adanya perbedaan rata-rata yang signifikan antara besarnya harga tiket pesawat dengan metode reservasi dengan menggunakan jasa reservasi agen perjalanan dan internet. Sedangkan untuk indikator yang sama didapat nilai signifikansi 0,121 untuk agen perjalanan terhadap telepon. Nilai yang lebih besar dari 0,05 ini menunjukkan tidak adanya perbedaan yang signifikan antara harga tiket pesawat dengan menggunakan metode reservasi menggunakan agen perjalanan dengan telepon.



Tabel IV.22

**Multiple Comparisons**

Dependent Variable: Berapa harga tiket pesawat anda ini  
Bonferroni

| (I) Kapan waktu anda memesan tiket | (J) Kapan waktu anda memesan tiket | Mean Difference (I-J) | Std. Error  | Sig.  | 95% Confidence Interval |             | Signifikansi (diterima atau ditolak) |
|------------------------------------|------------------------------------|-----------------------|-------------|-------|-------------------------|-------------|--------------------------------------|
|                                    |                                    |                       |             |       | Upper Bound             | Lower Bound |                                      |
| Pada hari H                        | 1 - 7 hari sebelumnya              | 48,176.67             | 142,509.301 | 1.000 | -365,316.06             | 461,669.39  | Ditolak (tidak ada perbedaan)        |
|                                    | 8 - 14 hari sebelumnya             | 246,888.89            | 156,897.576 | 1.000 | -208,351.62             | 702,129.40  | Ditolak (tidak ada perbedaan)        |
|                                    | 15 - 21 hari sebelumnya            | 247,500.00            | 179,748.755 | 1.000 | -274,043.52             | 769,043.52  | Ditolak (tidak ada perbedaan)        |
|                                    | Lebih dari 21 hari sebelumnya      | 478,094.12(*)         | 141,745.170 | .012  | 66,818.53               | 889,369.71  | Diterima (ada perbedaan)             |
| 1 - 7 hari sebelumnya              | Pada hari H                        | -48,176.67            | 142,509.301 | 1.000 | -461,669.39             | 365,316.06  | Ditolak (tidak ada perbedaan)        |
|                                    | 8 - 14 hari sebelumnya             | 198,712.22            | 89,445.380  | .296  | -60,814.80              | 458,239.24  | Ditolak (tidak ada perbedaan)        |
|                                    | 15 - 21 hari sebelumnya            | 199,323.33            | 125,272.669 | 1.000 | -164,157.06             | 562,803.73  | Ditolak (tidak ada perbedaan)        |
|                                    | Lebih dari 21 hari sebelumnya      | 429,917.45(*)         | 58,951.844  | .000  | 258,867.85              | 600,967.05  | Diterima (ada perbedaan)             |
| 8 - 14 hari sebelumnya             | Pada hari H                        | -246,888.89           | 156,897.576 | 1.000 | -702,129.40             | 208,351.62  | Ditolak (tidak ada perbedaan)        |
|                                    | 1 - 7 hari sebelumnya              | -198,712.22           | 89,445.380  | .296  | -458,239.24             | 60,814.80   | Ditolak (tidak ada perbedaan)        |
|                                    | 15 - 21 hari sebelumnya            | 611.11                | 141,425.564 | 1.000 | -409,737.14             | 410,959.36  | Ditolak (tidak ada perbedaan)        |
|                                    | Lebih dari 21 hari sebelumnya      | 231,205.23            | 88,222.835  | .108  | -24,774.56              | 487,185.01  | Ditolak (tidak ada perbedaan)        |
| 15 - 21 hari sebelumnya            | Pada hari H                        | -247,500.00           | 179,748.755 | 1.000 | -769,043.52             | 274,043.52  | Ditolak (tidak ada perbedaan)        |
|                                    | 1 - 7 hari sebelumnya              | -199,323.33           | 125,272.669 | 1.000 | -562,803.73             | 164,157.06  | Ditolak (tidak ada perbedaan)        |
|                                    | 8 - 14 hari sebelumnya             | -611.11               | 141,425.564 | 1.000 | -410,959.36             | 409,737.14  | Ditolak (tidak ada perbedaan)        |
|                                    | Lebih dari 21 hari sebelumnya      | 230,594.12            | 124,402.709 | .681  | -130,362.08             | 591,550.31  | Ditolak (tidak ada perbedaan)        |
| Lebih dari 21 hari sebelumnya      | Pada hari H                        | -478,094.12(*)        | 141,745.170 | .012  | -889,369.71             | -66,818.53  | Diterima (ada perbedaan)             |
|                                    | 1 - 7 hari sebelumnya              | -429,917.45(*)        | 58,951.844  | .000  | -600,967.05             | -258,867.85 | Diterima (ada perbedaan)             |
|                                    | 8 - 14 hari sebelumnya             | -231,205.23           | 88,222.835  | .108  | -487,185.01             | 24,774.56   | Ditolak (tidak ada perbedaan)        |
|                                    | 15 - 21 hari sebelumnya            | -230,594.12           | 124,402.709 | .681  | -591,550.31             | 130,362.08  | Ditolak (tidak ada perbedaan)        |

Based on observed means.

\* The mean difference is significant at the .05 level.

Sumber: hasil pengolahan data peneliti, 2008

Berdasarkan hasil analisa pada tabel IV.22 diatas menunjukkan tidak ditunjukkan perbedaan yang signifikan antara harga tiket pesawat yang dipesan pada hari H dan 1-7 Hari sebelumnya. Begitu pula dengan pemesanan tiket yang dilakukan pada saat hari H dengan pemesanan tiket pada waktu 8-14 hari. Diperkuat dengan nilai *mean* (rata-rata perbedaan) sebesar 246,888.89. Hal yang sama juga ditemukan pada perbedaan waktu pemesanan tiket pada hari H dengan pemesanan tiket 15-21 hari sebelumnya tidak ditemukan pula perbedaan harga yang cukup signifikan. Sedangkan untuk waktu pemesanan tiket yang dilakukan pada hari H berpengaruh signifikan dengan pemesanan tiket yang dilakukan pada waktu lebih dari 21 hari sebelumnya. Hal ini diperkuat dengan nilai *mean* sebesar 478,098.12 dan nilai *Sig* sebesar 0.012 atau berada dibawah nilai 0.05. Pada indikator selanjutnya dapat dilihat tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara pengaruh pemesanan tiket yang dilakukan pada saat 1-7 hari sebelumnya dengan waktu pemesanan tiket yang dilakukan pada hari H, 8-14 hari sebelumnya, 15-21 hari sebelumnya. hal ini terjadi dikarenakan waktu pemesanan tiket yang memiliki tenggat waktu tidak terlalu jauh, sehingga menyebabkan tidak terjadi pengaruh yang cukup signifikan dengan besaran harga tiket yang ditawarkan. Namun hal yang berbeda terjadi ketika pemesanan tiket dilakukan pada saat 1-7 hari sebelumnya dengan perbandingan waktu lebih dari 21 hari sebelumnya, ternyata terdapat pengaruh yang cukup signifikan antara waktu dengan harga tiket penerbangan. Hal ini dibuktikan dengan nilai *Sig* sebesar 0,000 atau berada di bawah 0,05.

Selanjutnya, untuk indikator waktu pemesanan tiket yang dilakukan 8-14 hari dengan bandingan perbedaan waktu mulai dari rentang pada hari H hingga lebih dari 21 hari sebelumnya tidak terlihat pengaruh yang signifikan. Diperkuat dengan nilai Sig yang berada jauh diatas nilai 0,05. Begitu pula dengan waktu pemesanan tiket yang dilakukan pada waktu 15-21 hari sebelumnya tidak sama sekali terdapat pengaruh yang signifikan dengan waktu pemesanan yang lain.

Selanjutnya untuk indikator terakhir, pengaruh yang signifikan yang terjadi antara besaran harga tiket dengan waktu pemesanan hanya terjadi pada waktu pemesanan tiket antara lebih dari 21 hari sebelumnya dengan pada hari H (nilai Sig= 0.012) dan antara lebih dari 21 hari sebelumnya dengan 1-7 hari sebelumnya (nilai Sig=0,000).

## 2. Univariate Analysis of Variance (AirAsia)

**Tabel IV.23**

### Tests of Between-Subjects Effects

Dependent Variable: Berapa harga tiket pesawat anda ini

| Source                  | Type III Sum of Squares | Df | Mean Square       | F       | Sig. | Signifikansi diterima atau ditolak |
|-------------------------|-------------------------|----|-------------------|---------|------|------------------------------------|
| Corrected Model         | 110187554238.095(a)     | 6  | 18364592373.016   | 3.312   | .012 | Diterima (terdapat perbedaan)      |
| Intercept               | 2221248420587.173       | 1  | 2221248420587.173 | 400.620 | .000 | Diterima (terdapat perbedaan)      |
| MetodeReservasi         | 9427007412.507          | 2  | 4713503706.254    | .850    | .437 | Ditolak (tidak terdapat perbedaan) |
| Waktu                   | 75580048571.429         | 3  | 25193349523.810   | 4.544   | .009 | Diterima (terdapat perbedaan)      |
| MetodeReservasi * Waktu | 924660086.580           | 1  | 924660086.580     | .167    | .686 | Ditolak (tidak terdapat perbedaan) |
| Error                   | 182969324761.905        | 33 | 5544524992.785    |         |      |                                    |
| Total                   | 5141354520000.000       | 40 |                   |         |      |                                    |
| Corrected Total         | 293156879000.000        | 39 |                   |         |      |                                    |

a R Squared = .376 (Adjusted R Squared = .262)

Sumber: hasil pengolahan data peneliti, 2008

Berdasarkan hasil analisis pada tabel IV.23, indikator yang menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan terhadap variabel metode reservasi tiket atau angka signifikansi dibawah 0.05 adalah indikator atau faktor waktu (angka signifikansi=0.009). Jadi terdapat suatu perbedaan yang signifikan pada besaran harga tiket pesawat yang mesti dibayarkan oleh penumpang, dikarenakan waktu reservasi tiket pesawat. Untuk indikator waktu reservasi, karena angka signifikansi yang ditunjukkan di bawah 0.05 (yakni 0,009), maka  $H_0$  ditolak. Hal ini menunjukkan adanya variasi harga tiket pesawat akibat pengaruh variabel waktu reservasi.

Sedangkan untuk faktor metode reservasi, dari tabel diatas dapat dilihat nilai signifikansi yang ditunjukkan oleh tabel Test of between-subjects effects adalah sebesar 0.437 (atau lebih besar dari nilai  $\alpha$ ), sehingga  $H_0$  diterima. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat variasi besaran harga tiket pesawat diakibatkan pengaruh dari metode reservasi.

Sedangkan untuk interaksi antara metode\*waktu, nilai signifikansi yang didapat adalah sebesar 0.686. Nilai ini menjadi tidak signifikan, karena  $> \alpha$ . Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima jadi tidak ada interaksi antara variabel metode dengan variabel waktu.

**Tabel IV.24**  
**Multiple Comparisons**

Dependent Variable: Berapa harga tiket pesawat anda ini  
Bonferroni

| (I) Reservasi yang dilakukan menggunakan jasa apa | (J) Reservasi yang dilakukan menggunakan jasa apa | Mean Difference (I-J) | Std. Error | Sig.  | 95% Confidence Interval |             | Signifikansi diterima atau ditolak |
|---|---|-----------------------|------------|-------|-------------------------|-------------|------------------------------------|
|   |   |                       |            |       | Upper Bound             | Lower Bound |                                    |
| Internet  | Telepon   | -45,513.33            | 54,379.040 | 1.000 | -182,668.85             | 91,642.18   | Ditolak (tidak terdapat perbedaan) |
| Telepon   | Agen Perjalanan                                   | -19,413.33            | 29,629.093 | 1.000 | -94,144.21              | 55,317.55   | Ditolak (tidak terdapat perbedaan) |
|   | Internet  | 45,513.33             | 54,379.040 | 1.000 | -91,642.18              | 182,668.85  | Ditolak (tidak terdapat perbedaan) |
| Agen Perjalanan                                   | Agen Perjalanan                                   | 26,100.00             | 58,867.038 | 1.000 | -122,375.20             | 174,575.20  | Ditolak (tidak terdapat perbedaan) |
|   | Internet  | 19,413.33             | 29,629.093 | 1.000 | -55,317.55              | 94,144.21   | Ditolak (tidak terdapat perbedaan) |
|   | Telepon   | -26,100.00            | 58,867.038 | 1.000 | -174,575.20             | 122,375.20  | Ditolak (tidak terdapat perbedaan) |

Based on observed means.

Sumber: hasil pengolahan data peneliti, 2008

Berdasarkan hasil analisa pada tabel IV.24 diatas menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan untuk metode reservasi yang digunakan, baik itu dengan indikator internet, telepon maupun agen perjalanan. Pada indikator internet, telepon maupun agen perjalanan, ditunjukkan nilai signifikan 1.000. Nilai diatas 0.05 tersebut menunjukkan tidak adanya perbedaan rata-rata yang signifikan antara pengaruh harga tiket pesawat dengan menggunakan metode reservasi internet, telepon maupun agen perjalanan.

**Tabel IV.25**  
**Multiple Comparisons**

Dependent Variable: Berapa harga tiket pesawat anda ini  
Bonferroni

| (I) Kapan waktu anda memesan tiket | (J) Kapan waktu anda memesan tiket | Mean Difference (I-J) | Std. Error | Sig.  | 95% Confidence Interval |             | Signifikansi diterima atau ditolak |
|------------------------------------|------------------------------------|-----------------------|------------|-------|-------------------------|-------------|------------------------------------|
|                                    |                                    |                       |            |       | Upper Bound             | Lower Bound |                                    |
| 1 - 7 hari sebelumnya              | 8 - 14 hari sebelumnya             | 6,700.00              | 49,950.338 | 1.000 | -133,498.66             | 146,898.66  | Ditolak (tidak terdapat perbedaan) |
|                                    | 15 - 21 hari sebelumnya            | -25,800.00            | 62,299.017 | 1.000 | -200,658.45             | 149,058.45  | Ditolak (tidak terdapat perbedaan) |
|                                    | Lebih dari 21 hari sebelumnya      | 105,758.62(*)         | 36,056.837 | .036  | 4,555.70                | 206,961.54  | Diterima (terdapat perbedaan)      |
| 8 - 14 hari sebelumnya             | 1 - 7 hari sebelumnya              | -6,700.00             | 49,950.338 | 1.000 | -146,898.66             | 133,498.66  | Ditolak (tidak terdapat perbedaan) |
|                                    | 15 - 21 hari sebelumnya            | -32,500.00            | 64,485.609 | 1.000 | -213,495.69             | 148,495.69  | Ditolak (tidak terdapat perbedaan) |
|                                    | Lebih dari 21 hari sebelumnya      | 99,058.62             | 39,715.510 | .107  | -12,413.32              | 210,530.57  | Ditolak (tidak terdapat perbedaan) |
| 15 - 21 hari sebelumnya            | 1 - 7 hari sebelumnya              | 25,800.00             | 62,299.017 | 1.000 | -149,058.45             | 200,658.45  | Ditolak (tidak terdapat perbedaan) |
|                                    | 8 - 14 hari sebelumnya             | 32,500.00             | 64,485.609 | 1.000 | -148,495.69             | 213,495.69  | Ditolak (tidak terdapat perbedaan) |
|                                    | Lebih dari 21 hari sebelumnya      | 131,558.62            | 54,437.607 | .128  | -21,234.73              | 284,351.97  | Ditolak (tidak terdapat perbedaan) |
| Lebih dari 21 hari sebelumnya      | 1 - 7 hari sebelumnya              | -105,758.62(*)        | 36,056.837 | .036  | -206,961.54             | -4,555.70   | Diterima (terdapat perbedaan)      |
|                                    | 8 - 14 hari sebelumnya             | -99,058.62            | 39,715.510 | .107  | -210,530.57             | 12,413.32   | Ditolak (tidak terdapat perbedaan) |
|                                    | 15 - 21 hari sebelumnya            | -131,558.62           | 54,437.607 | .128  | -284,351.97             | 21,234.73   | Ditolak (tidak terdapat perbedaan) |

Based on observed means.  
The mean difference is significant at the .05 level.

Sumber: hasil pengolahan data peneliti, 2008

Berdasarkan hasil analisa pada tabel IV.25 diatas menunjukkan tidak adanya perbedaan yang signifikan antara waktu pemesanan tiket yang dilakukan pada saat 1-7 hari sebelumnya dengan 8-14 hari sebelumnya dan 15-21 hari sebelumnya. Hal ini dapat terjadi dikarenakan harga tiket pada AirAsia tidak terlalu memiliki pengaruh yang besar dengan waktu pemesanan tiket yang memiliki rentang waktu yang sedikit dengan keberangkatan. Namun, pada saat pemesanan tiket dilakukan pada lebih dari 21 hari sebelumnya ternyata memiliki

pengaruh yang signifikan bila dibandingkan pemesanan tiket yang dilakukan pada 1-7 hari sebelumnya dengan besaran harga tiket. Dengan nilai mean yang ditunjukkan sebesar 105,758.62 dan nilai Sig sebesar 0,036.

Sedangkan pada indikator selanjutnya tidak terdapat perbedaan pengaruh sama sekali antara harga tiket AirAsia dengan waktu pemesanan tiket yang dilakukan. Dibuktikan dengan nilai Sig yang berada diatas 0,05. Pada indikator 15-21 hari sebelumnya waktu pemesanan tiket AirAsia tidak sama sekali berpengaruh signifikan dengan harga tiket AirAsia.

Pada indikator terakhir dapat terlihat hanya 1 (satu) waktu pemesanan tiket yang signifikan dengan harga tiket AirAsia. Yaitu pada waktu pemesanan tiket lebih dari 21 hari sebelumnya dengan 1-7 hari sebelumnya dan diperoleh nilai Sig 0,036. Dan selebihnya tidak ada satupun yang memiliki pengaruh yang signifikan.

### 3. Univariate Analysis of Variance (Garuda Indonesia)

**Tabel IV.26**  
**Tests of Between-Subjects Effects**

Dependent Variable: Berapa harga tiket pesawat anda ini

| Source                  | Type III Sum of Squares | Df | Mean Square           | F       | Sig. | Signifikansi diterima atau ditolak |
|-------------------------|-------------------------|----|-----------------------|---------|------|------------------------------------|
| Corrected Model         | 348169168411<br>.762(a) | 6  | 5802819473<br>5.294   | .675    | .671 | Ditolak (tidak terdapat perbedaan) |
| Intercept               | 980567967036<br>1.990   | 1  | 9805679670<br>361.990 | 113.996 | .000 | Diterima (terdapat perbedaan)      |
| MetodeReservasi         | 10099900089.<br>374     | 1  | 1009990008<br>9.374   | .117    | .734 | Ditolak (tidak terdapat perbedaan) |
| Waktu                   | 102694726985<br>.215    | 4  | 2567368174<br>6.304   | .298    | .877 | Ditolak (tidak terdapat perbedaan) |
| MetodeReservasi * Waktu | 28280304129.<br>778     | 1  | 2828030412<br>9.778   | .329    | .570 | Ditolak (tidak terdapat perbedaan) |
| Error                   | 283859264933<br>8.237   | 33 | 8601795907<br>0.856   |         |      |                                    |
| Total                   | 320216884900<br>00.000  | 40 |                       |         |      |                                    |
| Corrected Total         | 318676181774<br>9.999   | 39 |                       |         |      |                                    |

a R Squared = .109 (Adjusted R Squared = -.053)

Sumber: hasil pengolahan data peneliti, 2008

Berdasarkan hasil analisis pada tabel IV.26, didapat hasil bahwa pada penerbangan Garuda Indonesia, indikator-indikator yang ada pada Garuda Indonesia tidak menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan, baik itu metode reservasi maupun waktu reservasi. Nilai signifikansi yang didapat oleh metode reservasi adalah sebesar 0.734, nilai signifikansi yang diperoleh oleh waktu adalah sebesar 0.877, dan nilai signifikansi yang didapat oleh metode reservasi\*waktu adalah sebesar 0.570. Nilai-nilai ini menjadi tidak signifikan karena  $> \alpha$ . Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima, jadi tidak ada variasi antara variabel harga akibat pengaruh variabel metode reservasi dan waktu reservasi.



**Tabel IV.27**  
**Multiple Comparisons**

Dependent Variable: Berapa harga tiket pesawat anda ini  
Bonferroni

| (I) Kapan waktu anda memesan tiket | (J) Kapan waktu anda memesan tiket | Mean Difference (I-J) | Std. Error  | Sig.  | 95% Confidence Interval |             | Signifikansi diterima atau ditolak |
|------------------------------------|------------------------------------|-----------------------|-------------|-------|-------------------------|-------------|------------------------------------|
|                                    |                                    |                       |             |       | Upper Bound             | Lower Bound |                                    |
| Pada hari H                        | 1 - 7 hari sebelumnya              | -29,348.00            | 179,202.041 | 1.000 | -568,431.10             | 509,735.10  | Ditolak (tidak terdapat perbedaan) |
|                                    | 8 - 14 hari sebelumnya             | 90,400.00             | 214,187.406 | 1.000 | -553,927.55             | 734,727.55  | Ditolak (tidak terdapat perbedaan) |
|                                    | 15 - 21 hari sebelumnya            | 85,000.00             | 267,734.257 | 1.000 | -720,409.44             | 890,409.44  | Ditolak (tidak terdapat perbedaan) |
|                                    | Lebih dari 21 hari sebelumnya      | 110,000.00            | 214,187.406 | 1.000 | -534,327.55             | 754,327.55  | Ditolak (tidak terdapat perbedaan) |
| 1 - 7 hari sebelumnya              | Pada hari H                        | 29,348.00             | 179,202.041 | 1.000 | -509,735.10             | 568,431.10  | Ditolak (tidak terdapat perbedaan) |
|                                    | 8 - 14 hari sebelumnya             | 119,748.00            | 143,681.280 | 1.000 | -312,480.06             | 551,976.06  | Ditolak (tidak terdapat perbedaan) |
|                                    | 15 - 21 hari sebelumnya            | 114,348.00            | 215,521.920 | 1.000 | -533,994.09             | 762,690.09  | Ditolak (tidak terdapat perbedaan) |
|                                    | Lebih dari 21 hari sebelumnya      | 139,348.00            | 143,681.280 | 1.000 | -292,880.06             | 571,576.06  | Ditolak (tidak terdapat perbedaan) |
| 8 - 14 hari sebelumnya             | Pada hari H                        | -90,400.00            | 214,187.406 | 1.000 | -734,727.55             | 553,927.55  | Ditolak (tidak terdapat perbedaan) |
|                                    | 1 - 7 hari sebelumnya              | -119,748.00           | 143,681.280 | 1.000 | -551,976.06             | 312,480.06  | Ditolak (tidak terdapat perbedaan) |
|                                    | 15 - 21 hari sebelumnya            | -5,400.00             | 245,382.500 | 1.000 | -743,569.94             | 732,769.94  | Ditolak (tidak terdapat perbedaan) |
|                                    | Lebih dari 21 hari sebelumnya      | 19,600.00             | 185,491.735 | 1.000 | -538,404.03             | 577,604.03  | Ditolak (tidak terdapat perbedaan) |
| 15 - 21 hari sebelumnya            | Pada hari H                        | -85,000.00            | 267,734.257 | 1.000 | -890,409.44             | 720,409.44  | Ditolak (tidak terdapat perbedaan) |
|                                    | 1 - 7 hari sebelumnya              | -114,348.00           | 215,521.920 | 1.000 | -762,690.09             | 533,994.09  | Ditolak (tidak terdapat perbedaan) |
|                                    | 8 - 14 hari sebelumnya             | 5,400.00              | 245,382.500 | 1.000 | -732,769.94             | 743,569.94  | Ditolak (tidak terdapat perbedaan) |
|                                    | Lebih dari 21 hari sebelumnya      | 25,000.00             | 245,382.500 | 1.000 | -713,169.94             | 763,169.94  | Ditolak (tidak terdapat perbedaan) |
| Lebih dari 21 hari sebelumnya      | Pada hari H                        | -110,000.00           | 214,187.406 | 1.000 | -754,327.55             | 534,327.55  | Ditolak (tidak terdapat perbedaan) |
|                                    | 1 - 7 hari sebelumnya              | -139,348.00           | 143,681.280 | 1.000 | -571,576.06             | 292,880.06  | Ditolak (tidak terdapat perbedaan) |
|                                    | 8 - 14 hari sebelumnya             | -19,600.00            | 185,491.735 | 1.000 | -577,604.03             | 538,404.03  | Ditolak (tidak terdapat perbedaan) |
|                                    | 15 - 21 hari sebelumnya            | -25,000.00            | 245,382.500 | 1.000 | -763,169.94             | 713,169.94  | Ditolak (tidak terdapat perbedaan) |

Based on observed means.

Sumber: hasil pengolahan data penulis, 2008

Berdasarkan hasil analisa pada tabel IV.27 diatas menunjukkan bahwa tidak terlihat pengaruh atas perbedaan yang signifikan untuk waktu reservasi dengan harga, karena ditunjukkan nilai signifikan 1.000 pada semua pilihan waktu

reservasi. Nilai diatas 0.05 menunjukkan tidak adanya perbedaan rata-rata yang signifikan antara pengaruh harga tiket pesawat dengan waktu pemesanan tiket.

### E. Analisis Hipotesa Penelitian

Terdapat 3 (tiga) buah hipotesis utama yang diuji dalam penelitian ini. Karena berdasarkan Analisis General Linear Model (GLM) Univariate dan tabel Tests of Between-Subjects Effects diperoleh 3 (tiga) faktor yang akan diujikan untuk hipotesis. Yaitu faktor metode reservasi, faktor waktu dan faktor interaksi antara metode\*waktu. Pengujian dilakukan dengan melihat nilai Sig yang terdapat pada tabel Test of Between Subjects-Effects. Dengan ketentuan nilai  $Sig > \alpha$ , maka  $H_0$  diterima dan jika  $Sig < \alpha$ , maka  $H_0$  ditolak.

Untuk analisis General Linear Model (GLM) Univariate Gabungan AirAsia dan Garuda Indonesia, maka didapat hipotesis sebagai berikut:

#### a. Analisis Hipotesis Faktor Metode

| Source          | Type III Sum of Squares | df | Mean Square      | F     | Sig. | Signifikan Diterima atau Ditolak |
|-----------------|-------------------------|----|------------------|-------|------|----------------------------------|
| MetodeReservasi | 827034497152.409        | 2  | 413517248576.204 | 7.466 | .001 | Diterima (terdapat perbedaan)    |

Sumber: Hasil pengolahan peneliti

Hipotesis Faktor metode mengaitkan antara pengaruh yang diberikan antara besaran harga tiket pesawat dengan metode reservasi yang digunakan. Dan berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan terdapat besaran harga akibat pengaruh metode reservasi yang digunakan. Nilai Sig 0,001 menunjukkan nilai dibawah 0,05, sehingga  $H_0$  ditolak. Berarti terdapat variasi nilai harga tiket pesawat akibat pengaruh metode reservasi.

b. Analisis Hipotesis Faktor Waktu

| Source | Type III Sum of Squares | df | Mean Square      | F     | Sig. | Signifikansi Diterima atau Ditolak |
|--------|-------------------------|----|------------------|-------|------|------------------------------------|
| Waktu  | 1023716936930.758       | 4  | 255929234232.689 | 4.621 | .002 | Diterima (terdapat perbedaan)      |

Sumber: Hasil Pengolahan Peneliti

Hipotesis Faktor waktu mengaitkan antara pengaruh yang diberikan antara besaran harga tiket pesawat dengan waktu pemesanan tiket yang dilakukan. Dan berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan terdapat besaran harga akibat pengaruh waktu pemesanan tiket. Nilai Sig 0,002 menunjukkan nilai dibawah 0,05, sehingga  $H_0$  ditolak. Berarti terdapat variasi nilai harga tiket pesawat akibat pengaruh waktu pemesanan tiket yang dilakukan. Semakin jauh jarak pemesanan dengan waktu keberangkatan, semakin murah harga tiket pesawat yang diberikan.

Untuk Analisis General Linear Model (GLM) Univariate AirAsia didapat hipotesis sebagai berikut:

a. Analisis Hipotesis Faktor Metode

| Source           | Type III Sum of Squares | Df | Mean Square    | F    | Sig. | Signifikansi diterima atau ditolak |
|------------------|-------------------------|----|----------------|------|------|------------------------------------|
| Metode Reservasi | 9427007412.507          | 2  | 4713503706.254 | .850 | .437 | Ditolak (tidak terdapat perbedaan) |

Sumber: hasil pengolahan peneliti

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan tidak terdapat besaran harga akibat pengaruh metode reservasi yang digunakan. Nilai Sig 0.437 menunjukkan nilai diatas 0,05, sehingga  $H_0$  diterima. Berarti tidak terdapat variasi nilai harga tiket pesawat akibat pengaruh metode reservasi.

b. Analisis Hipotesis Faktor Waktu

| Source | Type III Sum of Squares | Df | Mean Square     | F     | Sig. | Signifikansi diterima atau ditolak |
|--------|-------------------------|----|-----------------|-------|------|------------------------------------|
| Waktu  | 75580048571.429         | 3  | 25193349523.810 | 4.544 | .009 | Diterima (terdapat perbedaan)      |

Sumber: hasil pengolahan peneliti

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan terdapat besaran harga akibat pengaruh waktu pemesanan tiket. Nilai Sig 0,009 menunjukkan nilai dibawah 0,05, sehingga Ho ditolak. Berarti terdapat variasi nilai harga tiket pesawat akibat pengaruh waktu pemesanan tiket yang dilakukan. Semakin jauh jarak pemesanan dengan waktu keberangkatan, semakin murah harga tiket pesawat yang diberikan

Untuk Analisis General Linear Model (GLM) Univariate Garuda Indonesia didapat hipotesis sebagai berikut:

a. Analisis Hipotesis Faktor Metode

| Source           | Type III Sum of Squares | Df | Mean Square     | F    | Sig. | Signifikansi diterima atau ditolak |
|------------------|-------------------------|----|-----------------|------|------|------------------------------------|
| Metode Reservasi | 10099900089.374         | 1  | 10099900089.374 | .117 | .734 | Ditolak (tidak terdapat perbedaan) |

Sumber: hasil pengolahan peneliti

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan tidak terdapat besaran harga akibat pengaruh metode reservasi yang digunakan. Nilai Sig 0.734 menunjukkan nilai diatas 0,05, sehingga Ho diterima. Berarti tidak terdapat variasi nilai harga tiket pesawat akibat pengaruh metode reservasi.

b. Analisis Hipotesis Faktor Waktu

| Source | Type III Sum of Squares | Df | Mean Square     | F    | Sig. | Signifikansi diterima atau ditolak |
|--------|-------------------------|----|-----------------|------|------|------------------------------------|
| Waktu  | 102694726985.215        | 4  | 25673681746.304 | .298 | .877 | Ditolak (tidak terdapat perbedaan) |

Sumber: hasil pengolahan peneliti

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat besaran harga akibat pengaruh waktu pemesanan tiket. Nilai Sig 0,877 menunjukkan nilai diatas 0,05, sehingga  $H_0$  diterima. Berarti tidak terdapat variasi nilai harga tiket pesawat akibat pengaruh waktu pemesanan tiket yang dilakukan.

#### **F. Implikasi Manajerial**

Pada penelitian ini, dengan adanya analisis perbandingan pengaruh pilihan metode reservasi tiket pesawat terhadap tingkat harga pada penerbangan Low Cost Airlines (LCA) dan penerbangan Full Service Airlines (FSA) di Jakarta studi pada penerbangan AirAsia dan Garuda Indonesia, manajemen dari jasa penerbangan dapat mengetahui metode apa yang paling mudah dan menjadi pilihan penumpang untuk melakukan reservasi, sehingga manajemen dari jasa penerbangan dapat memperbaiki apabila terdapat kekurangan, meningkatkan kualitas fasilitas reservasi atau menambah inovasi-inovasi terbaru dalam fasilitas reservasi untuk masa yang akan datang agar dapat lebih memudahkan penumpang dalam melakukan reservasi tiket pesawat.

Dari hasil penelitian didapat pula hal yang perlu mendapat perhatian khusus dalam jasa penerbangan. Hal yang perlu mendapat perhatian khusus tersebut adalah masalah waktu keberangkatan. Bagi kebanyakan orang, ketepatan waktu merupakan hal yang sangat penting dan utama, apabila waktu keberangkatan tidak sesuai dengan jadwal penerbangan yang telah dijadwalkan, hal tersebut dapat merugikan konsumen dan tentunya akan berpengaruh untuk reputasi jasa penerbangan itu sendiri. Oleh karena itu setiap jasa penerbangan diharapkan dapat

lebih memperhatikan waktu keberangkatan agar bisa dijalankan sesuai dengan jadwal penerbangan yang telah tersedia.

