

Rahmat Dhany (2005). Analisis Faktor Kepuasan Konsumen di Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia. Skripsi Sarjana S1. Surabaya: Fakultas Psikologi Universitas Surabaya.

ABSTRAK

Dengan semakin banyaknya persaingan maskapai penerbangan di Indonesia, maka Garuda Indonesia diharapkan untuk mengembangkan kualitas jasa layanan agar sesuai dengan harapan dari konsumen. Kepuasan konsumen merupakan salah satu hal yang penting dalam jasa layanan maskapai penerbangan. Oleh sebab itu tujuan dari penelitian ini adalah ingin mengetahui faktor-faktor kepuasan konsumen yang ada di maskapai penerbangan Garuda Indonesia dan menganalisa faktor-faktor tersebut.

Metode penelitian yang dipakai adalah kuantitatif dan kualitatif dengan menggunakan uji statistik analisis faktor. Penelitian ini menggabungkan variabel-variabel yang diperoleh berdasar hasil wawancara dengan pelanggan dan kajian teoritis untuk kemudian direduksi menjadi beberapa faktor utama. Sample yang digunakan dalam penelitian ini adalah N=208.

Berdasarkan hasil penelitian faktor-faktor yang telah direduksi terdapat delapan faktor yang terdiri dari kemudahan jasa layanan, layanan pribadi, layanan etiket, layanan media, tampilan produk, kualitas produk, kesigapan layanan, dan layanan kabin. Faktor tampilan produk adalah faktor yang memiliki korelasi paling tinggi diantara faktor yang lain (0.674). setelah itu adalah faktor layanan pribadi sebesar 0.552, faktor kemudahan jasa layanan sebesar 0,449, faktor layanan media sebesar 0,448 , faktor kesigapan layanan sebesar 0,397 , faktor layanan etiket sebesar 0, 396 faktor layanan kabin sebesar 0.369 dan terakhir faktor kualitas produk sebesar 0,322. Hasil reduksi faktor diatas mengindikasikan beberapa faktor yang lebih detail dan spesifik yang mempengaruhi kepuasan konsumen sebagaimana dibahas oleh Dutka dan Parasuraman.