

ANALISIS LOYALITAS KONSUMEN DALAM PEMBELIAN TIKET PESAWAT DI AGENT TRAVEL PT. CHANDRA BUANA UTAMA KALIMANTAN KABUPATEN KAPUAS

YESI OKTAVIANA

Email : 062.pepsi@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui loyalitas konsumen dalam pembelian tiket di Agent Travel PT. Chandra Buana Utama Kalimantan Kabupaten Kapuas. Metode pengambilan data dalam penelitian ini menggunakan metode survei, yaitu mengambil data konsumen dari hasil survei dengan membagikan kuesioner.

Dalam penelitian ini menggunakan 100 responden. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan loyalitas konsumen dari kepuasan pelayanan yang sangat berpengaruh besar untuk membentuk konsumen yang loyal. Dengan mempertahankan dan meningkatkan keunggulan mutu produk melalui perbaikan dan peningkatan kualitas pelayanan yang diberikan maka dapat mempertahankan loyalitas konsumen.

Kata Kunci : Analisis; Loyalitas; Konsumen; Pelayanan

ABSTRACT

This study aims to determine consumer loyalty in the purchase of tickets at the Travel Agent of PT. Chandra Buana Utama Kalimantan Kapuas Regency. The data collection method in this study uses a survey method, which is to take consumer data from survey results by distributing questionnaires.

In this study using 100 respondents. This research uses quantitative research methods. The results showed that customer loyalty from service satisfaction is very influential to form loyal consumers. By maintaining and increasing product quality excellence through the improvement and improvement of the quality of services provided, it can maintain consumer loyalty.

Keywords: Analysis; Loyalty; Consumer; Services

PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan jaman, kebutuhan akan transportasi semakin meningkat seiring dengan keperluan masyarakat. Banyak keperluan yang mengharuskan masyarakat untuk pergi keluar kota, seperti keperluan bisnis, urusan keluarga, maupun keperluan-keperluan yang lainnya. Seperti kita ketahui, di Indonesia sudah banyak sekali terdapat maskapai penerbangan terutama di kota-kota besar, baik yang domestik maupun yang dari mancanegara, antara lain Garuda Indonesia, Wings Air, Lion Air, Batik Air, Sriwijaya Air, Citilink dan lain- lain yang tersebar di seluruh nusantara. Dalam tulisan ini saya akan membahas tentang penjualan tiket pesawat yang ada di PT. CHANDRA BUANA UTAMA KALIMANTAN KABUPATEN KAPUAS yang terletak di kota Kuala Kapuas dan akan membahas tentang kinerja Agent Travel dalam memasarkan dan menjual tiket kepada konsumen serta bagaimana loyalitas konsumen saat membeli tiket pesawat dan apa saja yang mempengaruhi loyalitas konsumen dalam membeli tiket pesawat.

Pengertian *Loyalitas* menurut Griffin (2002:4), (Dalam Hurriyati, 2010, hal. 128) menyatakan bahwa "*Loyalitas is defined as non random purchase expressed over time by some decision making unit*". Berdasarkan definisi tersebut terlihat bahwa Loyalitas lebih ditunjukkan kepada suatu perilaku yang ditunjukkan dengan pembelian unit, didasarkan pada unit pengambilan keputusan.

Sedangkan menurut Oliver (1996 ;392), (Dalam Hurriyati, 2010, hal. 128-129) adalah "*Komitmen konsumen bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha - usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku*".

Dapat disimpulkan bahwa Loyalitas Konsumen adalah Kesetiaan Pihak yang menggunakan Produk atau Jasa baik untuk keperluannya sendiri maupun sebagai Perantara bagi keperluan pihak lain untuk terus berlangganan pada sebuah Perusahaan dalam jangka panjang, dengan membeli dan menggunakan produk atau jasa secara berulang - ulang dan dengan secara suka rela merekomendasikan produk dan jasa Perusahaan tersebut kepada rekan - rekannya.

Travel yang dipilih untuk menganalisis data adalah agent travel PT. Chandra Buana Utama Kalimantan Kabupaten Kapuas. Dalam tulisan ini saya akan menganalisis bagaimana Loyalitas Konsumen saat membeli tiket pesawat serta faktor apa saja yang mempengaruhi Loyalitas Konsumen dalam membeli tiket pesawat di travel agent PT. Chandra Buana Utama Kalimantan, sehingga saya memilih judul "ANALISIS LOYALITAS KONSUMEN DALAM PEMBELIAN TIKET PESAWAT DI AGENT TRAVEL PT. CHANDRA BUANA UTAMA KALIMANTAN KABUPATEN KAPUAS".

METODE

Penelitian ini adalah penelitian yang menggunakan 2 tahapan. Tahapan pertama menggunakan metode survey untuk mengumpulkan data dan tahapan kedua menggunakan metode kuantitatif untuk menganalisis data yang diperoleh dari hasil survey.

Pada Metode Survey, pengumpulan data yang digunakan adalah dengan menggunakan kuesioner dan observasi, sedangkan teknik analisis data menggunakan metode kuantitatif. Metode analisis ini menggunakan perhitungan angka, data yang berasal dari tanggapan responden yang bersifat kualitatif diubah menjadi angka sehingga dapat dilakukan analisis kuantitatif dengan cara memberi nilai pada jawaban yang diberikan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis data dalam penelitian ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan penelitian dan untuk mencapai tujuan penelitian. Pengumpulan data menggunakan metode survey dengan menggunakan media Kuesioner yang dibagi dalam 2 bagian, yaitu pertama merupakan data pernyataan identitas responden meliputi jenis kelamin, umur, pendidikan akhir, dan pekerjaan, dan yang kedua pertanyaan tentang loyalitas konsumen. Sebelum disebarkan kepada 100 responden, terlebih dahulu kuesioner akan diujikan kepada 30 responden sebagai sampel. Setelah kuesioner dinyatakan valid dan reliabel maka kuesioner tersebut akan disebarkan kepada 100 responden untuk penelitian lebih lanjut.

Peneliti sudah melakukan upaya untuk mengembangkan kuesioner agar lebih mudah dimengerti dan dipahami oleh responden, namun tentu ada kemungkinan bahwa kuesioner yang dibuat oleh peneliti masih kurang tepat. Karena itu, untuk mengatasi keterbatasan tersebut akan dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas terhadap pertanyaan-pertanyaan yang telah dibuat oleh Peneliti.

1. Pengujian validitas ini untuk mencari koefisien validitas pertanyaan yang didapat dari korelasi antara skor pertanyaan dengan skor faktor. Skor faktor diperoleh dari jumlah skor semua pertanyaan dalam faktor. Uji validitas dilakukan dengan program komputer SPSS for windows release 10.0, untuk mengetahui setiap pertanyaan yang diajukan kepada responden telah dinyatakan valid atau tidak. Teknik yang digunakan adalah teknik korelasi *pearson product moment*, yaitu mengetahui setiap item pertanyaan harapan dan kinerja apakah valid atau tidak, maka syaratnya adalah jika $r_{Hitung} \geq r_{Tabel}$ dengan taraf signifikansi 95% maka instrumen tersebut dinyatakan valid, tetapi jika $r_{Hitung} \leq r_{Tabel}$ dengan taraf signifikansi 95% maka instrumen tersebut dinyatakan tidak valid. Setelah diuji validitas, hasil rangkuman uji validitas loyalitas konsumen dapat ditunjukkan pada tabel berikut :

Tabel 1. Loyalitas Konsumen

No.	rHitung	rTabel	Keterangan
1	0,3429	0,195	Valid
2	0,2488	0,195	Valid
3	0,6387	0,195	Valid
4	0,1972	0,195	Valid
5	0,3935	0,195	Valid

Sumber : Data Primer Diolah

Pada di atas menunjukkan bahwa besarnya koefisien korelasi dari seluruh pertanyaan kuisisioner yang terdiri dari 5 pertanyaan untuk loyalitas konsumen. Semuanya memiliki nilai rhitung > rtabel (0,195) maka dinyatakan valid dan dapat dinyatakan layak sebagai instrumen untuk mengukur data penelitian.

2. Pengujian Reliabilitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran terhadap hal yang sama untuk dua kali atau lebih dengan alat pengukur yang sama. Pengujian Reliabilitas merupakan syarat untuk tercapainya validitas suatu kuesioner dengan tujuan tertentu. Untuk mengukur reliabilitas digunakan teknik membagi pertanyaan valid menjadi 2 bagian antara kelompok bernomor genap dengan kelompok bernomor ganjil. Selanjutnya dicari koefisien korelasi "*product moment*" yang kemudian dimasukkan ke dalam rumus korelasi "*Spearman Brown*". Analisis selanjutnya menggunakan bantuan program SPSS 10 for windows.

Dari hasil uji Reliabilitas untuk masing-masing pertanyaan yang dihitung pada taraf nyata 5% maka dapat dilihat tingkat Reliabilitasnya :

Tabel 2. Uji Reliabilitas

No	Variabel	Alpha Cronbach	Nilai kritis (rTabel)	Keterangan
1	Loyalitas Konsumen	0,5600	0,195	Reliabel

Sumber : Data Primer Diolah

Dari hasil pengujian reliabilitas terhadap pertanyaan loyalitas konsumen dapat disimpulkan bahwa instrumen dalam penelitian ini dinyatakan reliabel dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian lebih lanjut.

Adapun Kuisisioner yang telah disebarakan kepada 100 responden dan telah mendapatkan hasil sebagai berikut :

Dari Kuesioner Pernyataan Identitas Konsumen yang dibagikan, didapatkan hasil sebagai berikut :

1. Dari Kategori Jenis Kelamin diketahui bahwa dari 100 responden, responden terbanyak adalah responden yang berjenis kelamin laki-laki, yaitu sebanyak 61. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen dari PT. Chandra Buana Utama Kalimantan Kabupaten Kapuas didominasi oleh konsumen dengan jenis kelamin laki-laki.
2. Dari Kategori Usia diketahui bahwa dari 100 responden, responden terbanyak adalah yang berusia antara 20-35 tahun, yaitu sebanyak 63%. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen dari PT. Chandra Buana Utama Kalimantan Kabupaten Kapuas didominasi oleh konsumen dengan usia antara 20-35 tahun.
3. Dari Kategori Pendidikan diketahui bahwa dari 100 responden, responden terbanyak adalah responden dengan tingkat pendidikan akhir S1, yaitu sebanyak 57%. Penelitian ini menunjukkan bahwa konsumen terbanyak dari PT. Chandra Buana Utama Kalimantan Kabupaten Kapuas didominasi oleh konsumen dengan tingkat pendidikan akhir adalah S1.
4. Sedangkan untuk Kategori Status Pekerjaan diketahui bahwa dari 100 responden, responden terbanyak adalah responden dengan status pekerjaan sebagai pegawai negeri yaitu sebanyak 54%. Penelitian ini menunjukkan bahwa responden terbanyak yang menjadi konsumen di PT. Chandra Buana Utama Kalimantan Kabupaten Kapuas adalah responden dengan status pekerjaan sebagai pegawai negeri.

Dari Kuesioner Pertanyaan Loyalitas Konsumen yang dibagikan, didapatkan hasil sebagai berikut :

Tabel 3. Pertanyaan Loyalitas Konsumen

No.	Pertanyaan
1.	Apakah Anda akan tetap membeli tiket dan menggunakan jasa di Agent Travel PT. Chandra Buana Utama Kalimantan Kabupaten Kapuas meskipun ada Agent Travel lain yang lebih murah ?
2.	Apakah Anda akan tetap membeli tiket dan menggunakan jasa di Agent Travel PT. Chandra Buana Utama Kalimantan Kabupaten Kapuas meskipun anda pernah mengeluh dan dikecewakan ?
3.	Apakah Anda telah membeli tiket dan menggunakan jasa di Agent Travel PT. Chandra Buana Utama Kalimantan Kabupaten Kapuas lebih dari 1 kali dalam 1 bulan terakhir ?
4.	Apakah Anda bersedia menganjurkan kepada keluarga dan teman anda untuk membeli tiket dan menggunakan jasa di Agent Travel PT. Chandra Buana Utama Kalimantan Kabupaten Kapuas ?
5.	Apakah Anda akan tetap membeli tiket dan menggunakan jasa di Agent Travel PT. Chandra Buana Utama Kalimantan Kabupaten Kapuas meskipun harga Tiket dan Pelayanannya meningkat ?

Tabel 4. Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Loyalitas Konsumen

No.	Pertanyaan	Loyalitas Konsumen				
		SS	S	AS	ATS	STS
1	Ke - 1	36	60	4	0	0
2	Ke - 2	46	13	27	8	3
3	Ke - 3	26	52	0	18	4
4	Ke - 4	46	14	29	9	2
5	Ke - 5	35	16	36	9	4

* Keterangan : SS (sangat setuju), S (setuju), AS (agak setuju), ATS (agak tidak setuju) dan STS (sangat tidak setuju).

Hasil penelitian ini memperlihatkan Loyalitas Konsumen dalam membeli tiket dan menggunakan jasa PT. Chandra Buana Utama Kalimantan Kabupaten Kapuas masih sangat tinggi. Hal ini menunjukkan kinerja pelayanan konsumen di PT. Chandra Buana Utama Kalimantan Kabupaten Kapuas sangat memuaskan. Hasil observasi dan wawancara di PT. Chandra Buana Utama Kalimantan Kabupaten Kapuas membuktikan bahwa PT. Chandra Buana Utama Kalimantan Kabupaten Kapuas sangat memperhatikan kepuasan konsumen seperti ketepatan waktu jam keberangkatan, kesesuaian antara janji yang disampaikan dengan yang dilakukan. Demikian juga dengan kesiapan dan kecepatan perusahaan dalam melayani konsumen, dan sangat responsif terhadap keluhan konsumen.

PT. Chandra Buana Utama Kalimantan Kabupaten Kapuas memiliki reputasi dan prestasi yang baik dan dapat dipercaya, karyawan yang ramah dan perhatian dalam melakukan pelayanan. Perusahaan juga terbuka dalam memberikan informasi kepada Konsumen. Hal ini didukung oleh kelengkapan fasilitas dan peralatan dikantor, serta penampilan karyawan yang ramah, sopan dan menarik. PT. Chandra Buana Utama Kalimantan Kabupaten Kapuas memiliki strategi jitu untuk menarik konsumen yang bekerja sebagai Pegawai Negeri, sehingga membuat PT. Chandra Buana Utama Kalimantan Kabupaten Kapuas memiliki kontrak kerja dengan instansi pemerintahan yang menjadi salah satu konsumen nomor satu dan memiliki loyalitas tinggi dalam membeli tiket dan menggunakan jasa di PT. Chandra Buana Utama Kalimantan Kabupaten Kapuas.

PENUTUP

Kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

Berdasarkan analisis yang telah penulis lakukan, penulis mencoba untuk memberikan saran dan kesimpulan yang sekiranya dapat dijadikan bahan untuk pertimbangan bagi PT. Chandra Buana Utama Kalimantan Kabupaten Kapuas atau perusahaan dalam menentukan kebijaksanaannya di masa yang akan datang. Saran tersebut adalah sebagai berikut :

1. Berdasarkan dari hasil analisis data dan pembahasan dapat dilihat bahwa kepuasan konsumen yang terdiri dari kepuasan harga, dan kepuasan pelayanan sangat berpengaruh besar untuk membentuk konsumen yang loyal. Dengan mempertahankan dan meningkatkan keunggulan mutu produk melalui perbaikan dan peningkatan kualitas harga, dan pelayanan yang diberikan.
2. Kepuasan akan harga dan kepuasan pelayanan merupakan prioritas utama yang diinginkan oleh para konsumen PT. Chandra Buana Utama Kalimantan Kabupaten Kapuas, maka disarankan agar tetap dijaga dan di optimalkan. Hal ini dapat dilakukan dengan tetap mempertahankan kualitas dari pelayanan, dalam hal ini pelayanan kerjasama yang baik dengan instansi pemerintahan. Sebagai Agent Travel yang memiliki segmen pasar terbesar adalah kalangan Pegawai Negeri, PT. Chandra Buana Utama Kalimantan Kabupaten Kapuas sebaiknya memberikan pelayanan yang lebih bagi Instansi Pemerintahan seperti dalam segi pembayaran.

REFERENSI

Hurriyati, R. (2010). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, Jakarta: Alfabeta.

Singarimbun, M, dan Effendi, S. (1989). *Metode Penelitian Survei*, Jakarta: LP3ES.

Kasiram. (2008). *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, Bandung : Pustaka Setia.