

Peran *Service Quality* (servqual) dalam Menciptakan Kepuasan Pelanggan pada Penerbangan Domestik Maskapai Lion Air

Awal Ferdiansyah^{1*}, Husna Leila Yusran², Danang Islami³, Wafa Zabitha Jhonaidi⁴

^{1,2,3,4}Universitas Trisakti, Jakarta, Indonesia

Email: ¹022002300010@std.trisakti.ac.id, ²husna.leila@std.trisakti.ac.id, ³022002301063@std.trisakti.ac.id,
⁴022002301182@std.trisakti.ac.id

Email Penulis Korespondensi: ¹022002300010@std.trisakti.ac.id

Abstrak – Di tengah persaingan sengit di industri penerbangan domestik, maskapai berbiaya rendah dituntut guna menjaga kualitas layanan agar tetap memenuhi harapan pelanggan. Lion Air, yang termasuk maskapai dengan volume penumpang tinggi, menghadapi tantangan ini dalam operasional sehari-hari. Penelitian ini bertujuan menilai bagaimana kualitas layanan mempunyai pengaruhnya atas kepuasan pelanggan pada penerbangan domestik Lion Air melalui lima dimensi SERVQUAL: tangible, reliability, responsiveness, assurance, maupun empathy. Pendekatan kuantitatif diadopsi dengan metode survei, menghimpun data dari 152 responden yang telah menggunakan penerbangan domestik Lion Air dalam periode satu tahun terakhir. Analisis regresi linear berganda diimplementasi guna melakukan pengujian atas pengaruhnya dari setiap dimensi. Hasil penelitian menunjukkan bahwasanya dimensi tangible ($\beta = 0,243$; sig = 0,045), reliability ($\beta = 0,275$; sig = 0,017), responsiveness ($\beta = 0,305$; sig = 0,003), dan assurance ($\beta = 0,434$; sig = 0,000) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sementara itu, dimensi empathy ($\beta = 0,175$; sig = 0,083) tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Secara simultan, seluruh dimensi SERVQUAL terbukti mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai signifikansi uji F sebesar 0,000 serta kemampuan model menjelaskan variabel dependen sebesar 94,7% (Adjusted R Square = 0,947). Dimensi assurance menjadi faktor paling dominan dalam membentuk kepuasan pelanggan, yang menegaskan pentingnya rasa aman, kepercayaan, dan kompetensi kru penerbangan. Temuan ini menunjukkan bahwasanya peningkatan kualitas layanan yang berfokus pada aspek assurance, responsiveness, reliability, dan tangible dapat menjadi strategi penting bagi Lion Air dalam meningkatkan kepuasan pelanggan penerbangan domestik.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, Penerbangan Domestik, Maskapai Lion Air

Abstract – Amid fierce competition in the domestic aviation industry, low-cost airlines are required to maintain service quality in order to meet customer expectations. Lion Air, as one of the airlines with a high passenger volume, faces these challenges in its daily operations. This study aims to examine the effect of service quality on customer satisfaction in Lion Air domestic flights through the five SERVQUAL dimensions: tangible, reliability, responsiveness, assurance, and empathy. A quantitative approach was adopted using a survey method, collecting data from 152 respondents who had used Lion Air domestic flights within the last year. Multiple linear regression analysis was employed to test the effect of each dimension. The results indicate that the dimensions of tangible ($\beta = 0.243$; sig = 0.045), reliability ($\beta = 0.275$; sig = 0.017), responsiveness ($\beta = 0.305$; sig = 0.003), and assurance ($\beta = 0.434$; sig = 0.000) have a positive and significant effect on customer satisfaction. Meanwhile, the empathy dimension ($\beta = 0.175$; sig = 0.083) does not have a significant effect on customer satisfaction. Simultaneously, all SERVQUAL dimensions were proven to significantly influence customer satisfaction, with an F-test significance value of 0.000 and the model explaining 94.7% of the variance in the dependent variable (Adjusted R Square = 0.947). The assurance dimension was found to be the most dominant factor in shaping customer satisfaction, emphasizing the importance of safety, trust, and the competence of flight crews. These findings suggest that improving service quality by focusing on assurance, responsiveness, reliability, and tangible aspects can serve as an important strategy for Lion Air in enhancing customer satisfaction in domestic flights.

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction, Domestic Aviation, Lion Air Airline

1. PENDAHULUAN

Skala Indonesia yang sangat luas, dengan banyak pulau dan wilayah yang sulit diandalkan, membuat angkutan transportasi menjadi salah satu yang paling vital dan harus dilayani. Layanan transportasi udara secara signifikan mendukung bentuk transportasi lain karena kecepatan dan efisiensinya. Meningkatnya permintaan mobilitas di kalangan masyarakat merupakan faktor kunci dalam pertumbuhan pesat layanan transportasi udara. Statistik Badan Pusat (2025) menunjukkan bahwa total penumpang udara domestik pada bulan Oktober 2025 tercatat 5,3 juta penumpang, meningkat 8,80% dari tahun sebelumnya. Pelayanan dan transportasi udara sangat pesat di Indonesia yang merupakan negara kepulauan. Lion Air sebagai salah satu maskapai berbiaya rendah memiliki peran penting dalam menyediakan layanan penerbangan yang terjangkau dengan jangkauan rute yang luas, sehingga jumlah pengguna jasa maskapai ini terus meningkat setiap tahun (Aminah & Dewi, 2024). Penelitian Pratama & Kusumastuti (2024) mengatakan dengan peningkatan jumlah penumpang tersebut menuntut maskapai untuk menjaga kualitas layanan agar tetap sesuai dengan harapan pengguna, karena kualitas layanan menjadi determinan utama yang mempunyai pengaruhnya pada kepuasan maupun pengalaman perjalanan penumpang.

Kondisi ini juga sejalan dengan perubahan perilaku masyarakat dalam mengonsumsi jasa, yang menuntut penyedia layanan untuk menyesuaikan kualitas dan strategi pelayanannya agar tetap sesuai dengan kebutuhan dan harapan pengguna (Soeharjoto et al, 2021).

Temuan mengenai industri jasa, terutama sektor maskapai penerbangan, menunjukkan bahwasanya kualitas pelayanan menjadi determinan kunci dalam membentuk kepuasan pelanggan karena layanan yang diberikan secara langsung menentukan pengalaman pengguna sebelum, selama, dan setelah penerbangan. Maskapai berbiaya rendah atau *low-cost carrier* (LCC) yaitu Lion Air memiliki peranan vital dalam menyediakan layanan penerbangan yang terjangkau dengan cakupan rute yang luas. Tingginya permintaan terhadap maskapai LCC menuntut perusahaan untuk menjaga mutu layanan agar tetap sesuai dengan harapan penumpang, mengingat kualitas layanan berpengaruh signifikan dalam membentuk persepsi pelanggan terhadap pengalaman perjalanan secara keseluruhan (Ar-rasyid, 2022). Pernyataan tersebut konsisten dengan konsep kredibilitas sumber yang menjelaskan bahwa penilaian pelanggan terhadap kemampuan, konsistensi layanan, serta tingkat kepercayaan kepada penyedia jasa menjadi faktor penting dalam membentuk citra dan penilaian pelanggan terhadap suatu merek maupun layanan (Annisa & Yusran, 2022). Temuan serupa disampaikan oleh Fakhrudin et al (2025) mengungkapkan bahwasanya seluruh dimensi kualitas layanan yang mencakup *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, maupun *empathy* terbukti mempunyai pengaruhnya dengan positif pada kepuasan pelanggan Lion Air, sehingga konsistensi pelayanan menjadi kebutuhan penting untuk menjaga kepuasan pengguna maskapai penerbangan lion

Service quality (servqual) atau kepuasan pelanggan merupakan elemen yang sangat penting dalam menilai efektivitas layanan sebuah maskapai penerbangan karena aspek ini mencerminkan tingkat keselarasan antara harapan penumpang dengan layanan yang didapatkan saat berlangsungnya perjalanan. Maskapai yang mampu memberikan pengalaman positif secara konsisten akan cenderung memperoleh loyalitas pelanggan, rekomendasi positif, serta peningkatan penggunaan ulang jasa penerbangan. Pratama & Widagdo (2023) menjelaskan jika kepuasan pelanggan mempunyai pengaruhnya yang positif pada kepuasan pelanggan yang terbentuk dari pengalaman pelanggan terhadap ketepatan waktu, kenyamanan kabin, serta keramahan kru selama penerbangan. Selain itu, penelitian pada maskapai LCC domestik lainnya menemukan bahwasanya dimensi kualitas layanan seperti ketepatan waktu, kenyamanan fasilitas, serta kemampuan menangani bagasi dan komplain secara positif memengaruhi kepuasan penumpang, terutama bagi mereka yang mengutamakan ketepatan dan kenyamanan dalam perjalanan (Permata & Roellyanti, 2023)

Model *service quality* (SERVQUAL) menjadi pendekatan yang paling banyak digunakan untuk mengevaluasi kualitas layanan terutama di industri jasa, salah satunya maskapai penerbangan. Penelitian Parasuraman et al (1988) mengatakan model ini terbagi atas lima dimensi, mencakup bukti fisik (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), maupun empati (*empathy*), yang masing-masing memiliki peran berbeda dalam mempengaruhi kepuasan dan pengalaman penumpang. Penelitian Palijama (2025) menemukan bahwasanya *reliability* maupun *responsiveness* sebagai dimensi yang biasanya mempunyai pengaruhnya atas kepuasan penumpang maskapai Lion Air karena berkaitan langsung dengan ketepatan waktu, keakuratan informasi, serta kecepatan kru dalam memberikan layanan. Selain itu, penelitian Ariza & Yudianto (2024) pada maskapai *low-cost carrier* lainnya yaitu Super Air Jet menjelaskan bahwasanya kualitas layanan yang baik, mulai dari fasilitas kabin yang memadai, sikap kru yang ramah, hingga kemampuan maskapai memberikan rasa aman dan perhatian personal akan mampu membentuk persepsi positif penumpang dan mendorong penumpang untuk merasa puas dengan layanan yang diterima. Kelima dimensi *service quality* (SERVQUAL) memiliki kontribusi penting dalam menjelaskan variasi kepuasan pelanggan dan menjadi dasar pengukuran kualitas layanan maskapai dalam penelitian ini.

Berdasarkan telaah terhadap penelitian-penelitian terdahulu, kajian mengenai kualitas layanan pada maskapai berbiaya rendah di Indonesia masih menunjukkan adanya celah penelitian yang belum banyak dibahas. Kebanyakan studi sebelumnya cenderung menganggap secara holistik mutu layanan sebagai satu variabel, tanpa mencermati secara mendetail fungsi setiap dimensi *servqual* sebelumnya, sehingga perbedaan pengaruh tingkat dimensi tersebut belum tampak secara jelas. Padahal, setiap dimensi layanan memiliki karakteristik yang berbeda dan dapat menghasilkan pengalaman penumpang yang tidak sama (Palijama, 2025). studi terbaru menunjukkan bahwasanya layanan LCC dapat memberikan dampak yang berbeda pada kepuasan pelanggan tergantung kemampuan maskapai dalam mempertahankan kualitas layanan secara konsisten (Ariza & Yudianto, 2024). Kondisi tersebut menunjukkan bahwasanya penelitian yang secara langsung membandingkan kekuatan pengaruh kelima dimensi SERVQUAL terhadap kepuasan pelanggan masih sangat diperlukan, terutama pada konteks operasional Lion Air yang memiliki intensitas penerbangan yang tinggi.

Berdasarkan kesenjangan penelitian yang telah diidentifikasi, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh masing-masing dimensi SERVQUAL *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* terhadap kepuasan pelanggan pada maskapai Lion Air. Pendekatan ini memungkinkan peneliti guna mengetahui dimensi layanan mana yang memberikan pengaruh paling dominan dalam membentuk pengalaman pelanggan selama menggunakan layanan penerbangan. Dengan mempertimbangkan kontribusi masing-masing dimensi

secara terpisah, penelitian ini mampu mengklarifikasi aspek layanan mana yang paling berdampak terhadap kepuasan pelanggan. Selain membantu memperdalam pemahaman teoritis kita tentang perbedaan peran masing-masing dimensi SERVQUAL, penelitian ini juga dapat digunakan secara praktis oleh maskapai penerbangan untuk menargetkan secara lebih tepat peningkatan layanan apa yang dibutuhkan agar kualitas layanan dapat ditingkatkan dengan lebih baik.

2. METODOLOGI PENELITIAN

2.1 Metode Penelitian

1. Populasi dan Sampel

Target populasi untuk penelitian ini mencakup semua penumpang pesawat yang telah menggunakan penerbangan domestik Lion Air dalam kurun waktu dua belas bulan terakhir. Jangka waktu ini dipilih untuk memastikan bahwa responden memiliki pengalaman terkini dengan layanan tersebut, sehingga meningkatkan keakuratan evaluasi mereka terhadap kualitas layanan dan tingkat kepuasan. Pengumpulan data melibatkan pendistribusian kuesioner daring kepada 159 individu. Setelah penerapan kriteria penyaringan, 152 kuesioner dianggap valid dan sesuai untuk analisis, sedangkan 7 sisanya dikeluarkan karena tidak sesuai dengan kriteria yang ditetapkan. Oleh karena itu, ukuran sampel dianggap representatif terhadap karakteristik populasi penelitian.

2. Instrument Penelitian

Penelitian ini menggunakan kuesioner daring dengan skala Likert 5 poin yang berkisar dari 1 hingga 5. Skala ini diadaptasi untuk mengukur tingkat persetujuan responden terhadap setiap pernyataan yang secara kuantitatif mewakili variabel penelitian, sehingga memudahkan analisis data. Kategori dan skor jawaban responden pada penelitian ini disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Kategori dan Skor Jawaban Responden

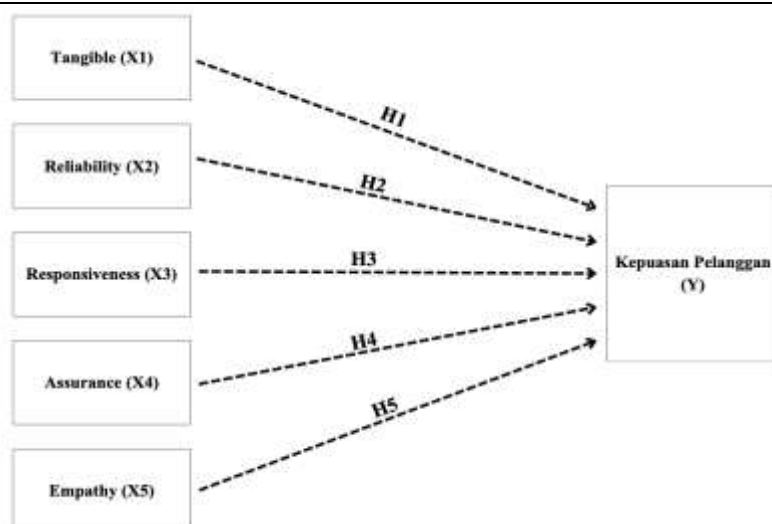
No	Kategori	Skor
1	Sangat setuju	= 5
2	Setuju	= 4
3	Netral	= 3
4	Tidak setuju	= 2
5	Sangat tidak setuju	= 1

3. Teknik Pengumpulan Data

Data untuk penelitian ini dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner yang digunakan sebagai sumber data utama. Kuesioner disebarkan kepada subjek penelitian yang memenuhi kriteria penelitian. Dengan demikian, pengumpulan data menjadi lebih efisien dan teratur. Metode ini diambil karena peneliti dapat mengambil keterangan langsung kepada peserta yang telah berpengalaman terbang domestik dengan Lion Air dalam setahun terakhir, sehingga data yang diambil masih sesuai dengan penelitian ini.

4. Kerangka Konsep Penelitian

Berdasarkan uraian teori dan hubungannya antar variabel yang telah dikemukakan sebelumnya, kerangka konsep penelitian ini dikembangkan guna menggambarkan alur pengujian hubungan antar variabel yang diteliti. Kerangka konsep tersebut menjelaskan pengaruh dimensi *service quality* (SERVQUAL), terbagi atas tangible, reliability, responsiveness, assurance, maupun empathy, pada kepuasan pelanggan penerbangan domestik maskapai Lion Air. Secara visual, hubungan antar variabel dalam penelitian ini disajikan dalam bentuk kerangka konsep sebagaimana ditunjukkan sebagaimana ilustrasi berikut:



Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian

5. Hipotesa Penelitian

Hipotesis ini disusun sebagaimana landasan teori maupun hasil kajian sebelumnya yang menjelaskan hubungan antara dimensi service quality (SERVQUAL) dan kepuasan pelanggan pada industri penerbangan. Kualitas layanan itu sendiri selalu dianggap sebagai fenomena yang memengaruhi persepsi dan evaluasi pelanggan terhadap layanan yang mereka peroleh. Oleh karena itu, diasumsikan bahwa peningkatan kualitas layanan akan meningkatkan kepuasan pelanggan penerbangan domestik Lion Air.

Berdasarkan Gambar 1. kerangka konsep penelitian, maka hipotesis yang diberikan dalam ini meliputi:

H1: Dimensi tangible berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan penerbangan domestik Lion Air

H2: Dimensi reliability berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan penerbangan domestik Lion Air

H3: Dimensi responsiveness berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan penerbangan domestik Lion Air

H4: Dimensi assurance berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan penerbangan domestik Lion Air

H5: Dimensi empathy berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan penerbangan domestik Lion Air

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Selama proses pengumpulan data, para peneliti membagikan kuesioner kepada responden yang memenuhi kriteria penelitian. Dengan demikian, terdapat 159 kuesioner. Setelah mengumpulkan kuesioner, para peneliti melanjutkan ke tahap pengecekan dan penyaringan, di mana 152 kuesioner dianggap valid karena diisi lengkap dan memenuhi kriteria penelitian yang respondennya adalah penumpang yang telah terbang domestik dengan Lion Air dalam 12 bulan terakhir. Dalam hal ini, 7 kuesioner dikeluarkan dari analisis karena tidak memenuhi persyaratan, termasuk data yang tidak lengkap, dan pengalaman penggunaan layanan berada di luar cakupan periode penelitian. Dengan demikian, data yang digunakan dalam makalah ini memiliki kuantitas dan kualitas yang memadai.

Hasil Karakteristik dari responden pengguna aktif maskapai penerbangan domestik maskapai Lion Air sebagaimana Tabel 2 - 5.

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki – Laki	70 Responden	46.1%
Perempuan	82 Responden	53.9%
Total Responden	152 Responden	100%

Sumber : Hasil data primer diolah (2025)

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Kelompok Usia

Usia	Jumlah	Persentase
15 – 25	13 Responden	8.6%
> 25 - 35	53 Responden	34.9%
> 35 - 45	53 Responden	34.9%

> 45 - 60	25 Responden	16.4%
> 60	8 Responden	5.3%
Total Responden	152 Responden	100%

Sumber : Hasil data primer diolah (2025)

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Pendapatan	Jumlah	Persentase
< 2.000.000	18 Responden	11.8%
> 2.000.000 – 4.000.000	36 Responden	23.7%
> 4.000.000 – 6.000.000	47 Responden	30.9%
> 6.000.000	51 Responden	33.6%
Total Responden	152 Responden	100%

Sumber: Hasil data primer diolah (2025)

Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Tujuan Perjalanan

Tujuan Perjalanan	Jumlah	Persentase
Perjalanan Dinas	9 Responden	5.9%
Perjalanan Bisnis	31 Responden	20.4%
Liburan / Wisata	67 Responden	44.1%
Kunjungan Keluarga	32 Responden	21.1%
Keperluan Lainnya	13 Responden	8.6%
Total Responden	152 Responden	100%

Sumber : Hasil data primer diolah (2025)

Sebagaimana Tabel 2. dilihat atas total 152 responden yang terlibat dalam temuan ini, sebanyak 82 orang (53,9%) berjenis kelamin perempuan, sedangkan 70 orang (46,1%) merupakan responden laki-laki. Perbedaan jumlah tersebut memperlihatkan bahwasanya responden perempuan sedikit lebih banyak jika dibandingkan dengan laki-laki, namun proporsi keduanya relatif seimbang. Dengan komposisi tersebut, data yang diperoleh dapat menggambarkan pandangan pelanggan Lion Air dari kedua kelompok gender secara cukup merata.

Merujuk pada Tabel 3. Diketahui dari total 152 responden, yang mana kelompok usianya 26 - 35 tahun maupun 36 - 45 tahun yang mana setiap usia tersebut merupakan kelompok terbesar dengan jumlah 53 responden (34,9%). Responden yang termasuk dalam kelompok usia 45 - 60 tahun berjumlah 25 orang atau 16,4%, diikuti oleh responden yang termasuk dalam kelompok usia 15 - 25 tahun dengan jumlah 13 responden atau 8,6%. Sedangkan responden yang berusia di atas 60 tahun merupakan kelompok terkecil, dengan jumlah 8 responden yang setara dengan 5,3%. Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas pengguna penerbangan domestik Lion Air termasuk dalam kelompok usia kerja.

Berdasarkan pada tabel 4. dari seluruh 152 responden, mayoritas memiliki pendapatan di atas 6 juta rupiah per bulan, dengan 51 responden (33,6%). Kelompok pendapatan Rp 4.000.000 - Rp 6.000.000 merupakan kelompok terbesar kedua dengan 47 responden (30,9%). Diikuti oleh kelompok pendapatan Rp 2.000.000 - Rp 4.000.000 dengan 36 responden (23,7%). Adapun responden yang pendapatannya di bawah Rp 2.000.000 per bulan, terdapat 18 orang (11,8%). Komposisi ini menunjukkan bahwa pengguna Lion Air berasal dari berbagai tingkat pendapatan, dengan mayoritas dari kelas pendapatan menengah dan menengah ke atas.

Berdasarkan pada Tabel 5. dapat dilihat bahwa sebagian besar responden menggunakan penerbangan Lion Air untuk tujuan liburan atau rekreasi, yaitu 67 responden (44,1 persen). Sementara 32 responden (21,1 persen) melakukan perjalanan untuk mengunjungi keluarga, untuk tujuan bisnis, terdapat 31 responden (20,4 persen). Sedangkan jumlah responden yang melakukan perjalanan untuk tujuan bisnis adalah yang paling sedikit, yaitu 9 responden (5,9 persen), dan untuk tujuan lain, terdapat 13 responden (8,6 persen). Dari hasil ini, dapat dilihat bahwa penerbangan Lion Air lebih banyak digunakan untuk tujuan informal daripada untuk perjalanan bisnis.

1. Uji Asumsi Klasik

Tabel 6. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		152
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,80277171
Most Extreme Differences	Absolute	,055
	Positive	,055
	Negative	-,039
Test Statistic		,055
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}
Exact Sig. (2-tailed)		,719
Point Probability		,000
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber : Hasil olah data SPSS (2025)

Dengan melakukan uji normalitas yang ditunjukkan pada Tabel 6. kami memperoleh nilai Exact Sig. (2-tailed) sebesar 0,719, yang melebihi tingkat signifikansi 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa residual dalam model regresi terdistribusi secara normal. Dengan demikian, asumsi normalitas telah terpenuhi dalam penelitian ini, sehingga tidak terjadi penyimpangan dalam distribusi data, dan analisis regresi linier dapat dilanjutkan tanpa melanggar asumsi normalitas.

Tabel 7. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coeff.		Standardized Coeff.	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,950	,292		6,680	,000
	Tangible	-,026	,074	-,131	-,358	,721
	Reliability	-,011	,070	-,056	-,161	,872
	Responsiveness	-,015	,062	-,072	-,243	,808
	Assurance	-,031	,066	-,152	-,469	,640
	Emphaty	,050	,062	,248	,813	,418
a. Dependent Variable: absres1						

Sumber : Hasil olah data SPSS (2025)

Mengacu pada hasil pengujiannya dari heteroskedastisitas yang ditampilkan Tabel 7. Maka diberikan simpulan untuk asumsi heteroskedastisitas dari 5 variabel independen sebagai berikut:

1. Tangible
Dapat dilihat dari uji heteroskedasitas nilai sig untuk tangible menunjukkan angka 0.721 > 0.05 yang menandakan diterimanya Ho maupun ditolak Ha dengan arti tidak terdapat penyakit heteroskedasitas pada variabel tangible (X1)
2. Reliability
Dapat dilihat dari uji heteroskedasitas nilai sig untuk reliability menunjukkan angka 0.872 > 0.05 yang yang mana artinya Ho diterima maupun ditolak Ha dengan arti tidak ada penyakit heteroskedasitas pada variabel reliability (X2)
3. Responsiveness

Dapat dilihat dari uji heteroskedasitas nilai sig untuk responsiveness menunjukkan angka $0.808 > 0.05$ yang menandakan diterimanya H_0 maupun ditolaknya H_a dengan arti tidak ada penyakit heteroskedasitas pada variabel responsiveness (X3)

4. Assurance

Dapat dilihat dari uji heteroskedasitas nilai sig untuk assurance menunjukkan angka $0.640 > 0.05$ yang menegaskan jika diterimanya H_0 maupun ditolaknya H_a dengan arti tidak ada penyakit heteroskedasitas pada variabel assurance (X4)

5. Empathy

Dapat dilihat dari uji heteroskedasitas nilai sig untuk empathy menunjukkan angka $0.418 > 0.05$ yang menandakan diterimanya H_0 maupun ditolaknya H_a dengan arti tidak ada penyakit heteroskedasitas pada variabel empathy (X5)

2. Analisis Linear Berganda

Tabel 8. Hasil Analisis Linear Berganda

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-,715	,473		-1,509	,133		
	Tangible	,243	,120	,171	2,022	,045	,049	20,262
	Reliability	,275	,114	,192	2,405	,017	,055	18,202
	Responsiveness	,305	,100	,209	3,050	,003	,075	13,310
	Assurance	,434	,108	,301	4,032	,000	,063	15,858
	Empathy	,175	,100	,123	1,748	,083	,071	14,067
a. Dependent Variable: Customer Satisfaction								

Sumber : Hasil olah data SPSS (2025)

Sebagaimana perolehan pengujian analisis linear berganda yang ditampilkan Tabel 8. Dapat diketahui bahwasanya independen yakni kelima dimensi mempunyai pengaruhnya yang positif pada dependen yaitu kepuasan pelanggan. Dari perolehan pengolahan dan analisis data, maka dirumuskan persamaan regresi linear berganda sebagai:

$$\text{Kepuasan Pelanggan (Y)} = -0.715 + 0.243 X_1 + 0.275 X_2 + 0.305 X_3 + 0.434 X_4 + 0.175 X_5$$

Merujuk pada hasil persamaan regresi linear berganda diatas, maka disimpulkan:

1. Ketika X_1 sampai dengan X_5 bernilai 0 maka nilai Y konstan di angka -0.715 yang dimana memiliki arti bahwasanya $X_1 - X_5$ bernilai 0 maka akan menurunkan nilai kepuasan pelanggan (Y) sebesar -0.715 satuan
2. Ketika tangible (X_1) bernilai 0.243 yang dimana memiliki arti bahwasanya setiap bertambahnya 1 satuan tangible (X_1) maka akan mengaklerasi kepuasan pelanggan (Y) yakni 0.243 satuan
3. Ketika reliability (X_2) bernilai 0.275 yang dimana memiliki arti bahwasanya setiap bertambahnya 1 satuan reliability (X_2) maka akan menambah tingkatan kepuasan pelanggan (Y) yakni 0.275 satuan
4. Ketika responsiveness (X_3) bernilai 0.305 yang dimana memiliki arti bahwasanya setiap bertambahnya 1 satuan responsiveness (X_3) maka akan menambah tingkatan kepuasan pelanggan (Y) yakni 0.305 satuan
5. Ketika assurance (X_4) bernilai 0.434 yang dimana memiliki arti bahwasanya setiap bertambahnya 1 satuan assurance (X_4) maka akan menambah tingkatan kepuasan pelanggan (Y) yakni 0.434 satuan
6. Ketika empathy (X_5) bernilai 0.175 yang dimana memiliki arti bahwasanya setiap bertambahnya 1 satuan empathy (X_5) maka akan menambah tingkatan kepuasan pelanggan (Y) yakni 0.175 satuan

3.1 Analisis Koefisien Determinasi (Adjusted R Square)

Tabel 9. Hasil Analisis Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,974 ^a	,949	,947	1,833	2,269
a. Predictors: (Constant), Emphaty, Assurance, Responsiveness, Reliability, Tangible					
b. Dependent Variable: Customer Satisfaction					

Sumber : Hasil olah data SPSS (2025)

Berdasarkan hasil pengujian analisis koefisien determinasi yang ditampilkan pada Tabel 9. diperoleh nilai Adjusted R Square sebesar 0.947 atau 94.7% yang menunjukkan bahwasanya variabel independen dalam penelitian ini mampu menjelaskan 94.7% variasi variabel independen pada variabel dependen dalam proporsi yang cukup besar. Hal ini menandakan bahwasanya dimensi service quality yang meliputi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* mempunyai kontribusi nyata dalam membentuk tingkat kepuasan pelanggan penerbangan domestik Lion Air. Sementara itu, sisa variasi kepuasan pelanggan dijelaskan berbagai faktor lain di luar variabel yang dikaji dalam temuan ini, yang tidak dimasukkan ke dalam model analisis. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwasanya model regresi yang diadopsi guna mempunyai kemampuan penjelasan yang baik dan layak digunakan untuk memberikan penjelasan mengenai hubungannya diantara kualitas layanan maupun kepuasan pelanggan.

3.2 Uji F

Tabel 10. Hasil Analisis Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	9076,305	5	1815,261	540,049	,000 ^b
	Residual	490,748	146	3,361		
	Total	9567,053	151			
a. Dependent Variable: Customer Satisfaction						
b. Predictors: (Constant), Emphatv, Assurance, Responsiveness, Reliability, Tangible						

Sumber : Hasil olah data SPSS (2025)

Sebagaimana perolehan pengujian analisis Uji F yang ditampilkan Tabel 10. Didapatkan sig dari F yakni 0.000, sehingga diberikan simpulan jika ditolaknya Ho maupun diterimanya Ha, yang berarti kelima dimensi service quality secara bersamaan mempunyai pengaruhnya pada kepuasan pelanggan penerbangan domestik Lion Air. Hasil analisis ini mengindikasikan bahwasanya perubahan pada kualitas layanan secara keseluruhan akan berdampak pada tingkat kepuasan pelanggan, sehingga model regresi yang diadopsi dapat dikatakan layak.

Hasil analisis uji F ini selaras dengan kajian Liem et al., (2020) yang mengungkapkan bahwasanya variabel kualitas pelayanan secara serentak atau secara bersamaan memiliki pengaruh pada kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan mampu dikatakan telah memenuhi keinginan pelanggan apabila nilai harapan sama dengan nilai kerja (Wijaya et al., 2022).

3.3 Uji Signifikasi Parsial (Uji T)

Tabel 11. Hasil Analisis Uji T

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coeff.		Standardized Coeff.	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-,715	,473		-1,509	,133		
	Tangible	,243	,120	,171	2,022	,045	,049	20,262
	Reliability	,275	,114	,192	2,405	,017	,055	18,202

	Responsiveness	,305	,100	,209	3,050	,003	,075	13,310
	Assurance	,434	,108	,301	4,032	,000	,063	15,858
	Empathy	,175	,100	,123	1,748	,083	,071	14,067

a. Dependent Variable: Customer Satisfaction

Sumber : Hasil olah data SPSS (2025)

Merujuk pada pengujian analisis uji T yang ditampilkan Tabel 11. Dapat dilihat bahwasanya :

1. **Tangible**
Hasil analisa Uji T menunjukkan bahwasanya *tangible* memiliki sig $0.045 < 0.05$, maka diberikan simpulan jika ditolaknya H_0 maupun diterimanya H_a yang menandakan variabel *tangible* memiliki pengaruhnya yang signifikan pada variabel independen yaitu kepuasan pelanggan penerbangan domestik maskapai Lion Air
2. **Reliability**
Hasil pengujian dari analisis Uji T menegaskan jika *reliability* memiliki sig $0.017 < 0.05$, yang menandakan jika H_0 ditolak maupun H_a yang artinya *reliability* memiliki pengaruhnya yang signifikan pada variabel independen yaitu kepuasan pelanggan penerbangan domestik maskapai Lion Air
3. **Responsiveness**
Hasil pengujian dari analisis Uji T memperlihatkan bahwasanya *responsiveness* memiliki sig $0.003 < 0.05$, maka diberikan simpulan jika ditolaknya H_0 maupun diterimanya H_a yang menandakan jika *responsiveness* mempunyai pengaruhnya yang signifikan pada independen yakni kepuasan pelanggan penerbangan domestik maskapai Lion Air
4. **Assurance**
Hasil pengujian dari analisis Uji T menunjukkan bahwasanya *assurance* memiliki sig $0.000 < 0.05$, maka diberikan simpulan bahwasanya H_0 ditolak maupun H_a diterima yang berarti *assurance* memiliki pengaruhnya signifikan pada independen yaitu kepuasan pelanggan penerbangan domestik maskapai Lion Air
5. **Empathy**
Hasil pengujian dari analisis Uji T menegaskan jika *empathy* memiliki sig $0.083 > 0.05$, maka simpulannya H_0 ditolak H_0 diterima menandakan *empathy* tidak memiliki pengaruhnya yang signifikan terhadap variabel independen yaitu kepuasan pelanggan penerbangan domestik maskapai Lion Air

4. KESIMPULAN

Penelitian ini menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan penerbangan domestik Lion Air dengan mengadopsi lima dimensi SERVQUAL, yaitu tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Hasil penelitian menunjukkan bahwasanya secara parsial dimensi tangible, reliability, responsiveness, dan assurance mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan dimensi empathy tidak mempunyai pengaruh signifikan. Dimensi assurance menjadi variabel yang paling dominan dalam memengaruhi kepuasan pelanggan dengan nilai koefisien regresi terbesar sebesar 0,434 dan tingkat signifikansi 0,000. Temuan ini menegaskan bahwasanya pelanggan Lion Air lebih memprioritaskan aspek layanan yang berkaitan dengan rasa aman, profesionalisme kru, keandalan pelayanan, serta ketanggapan karyawan dibandingkan perhatian personal secara individual. Selain itu, hasil uji simultan menunjukkan bahwasanya seluruh dimensi SERVQUAL secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai signifikansi uji F sebesar 0,000 dan kemampuan model menjelaskan variabel dependen sebesar 94,7%. Berdasarkan hasil tersebut, manajemen Lion Air disarankan untuk memprioritaskan peningkatan kualitas layanan pada aspek assurance, responsiveness, reliability, dan tangible melalui peningkatan kompetensi kru, ketepatan layanan, kecepatan penanganan pelanggan, serta pemeliharaan fasilitas penerbangan agar kepuasan pelanggan dapat terus meningkat dan daya saing maskapai tetap terjaga.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis memberikan ucapan terima kasih pada semua pihak yang telah memberikan dukungannya maupun kontribusinya dalam temuan ini. Penulis menyampaikan apresiasi pada para responden yang telah meluangkan waktu maupun kesediaannya untuk berpartisipasi dalam pengisian kuesioner, sehingga data penelitian dapat terkumpul dan dianalisis dengan baik.

REFERENCES

Ar-rasyid, D. R. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan LCC Maskapai Lion Air Terhadap Kepuasan Penumpang Di Bandar Udara Supadio Kalimantan Barat Pontianak. *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(1), 1477–1480.

- Retrieved from <http://journal.upy.ac.id/index.php/pkn/article/view/2752>
- Ariza, Sharul, & Yudianto, Kifni. (2024). Pengaruh Kualias Pelayanan Low Cost Carrier Maskapai Super Air Jet Terhadap Kepuasan Penumpang di Bandar Udara Adi Soemarmo. *Journal of Citizen Research and Development*, 1(2), 630–635. <https://doi.org/10.57235/jcrd.v1i2.3808>
- Bunga Indah Permata, & Maria Valeria Roellyanti. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Pre-Flight Gapura Angkasa Terhadap Kepuasan Penumpang Maskapai Citilink di Bandar Udara Internasional Yogyakarta. *Ocean Engineering: Jurnal Ilmu Teknik Dan Teknologi Maritim*, 2(4), 90–100. <https://doi.org/10.58192/ocean.v2i4.1491>
- Dzulfian Syafrian, dkk. (2025). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14. Retrieved from http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Fakhrudin, Arif, Kifni Yudianto, & Djaelani Susanto. (2025). Consumer Satisfaction Using Airlines in Indonesia is Influenced by Several Factors. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 6(5), 1779–1792. <https://doi.org/10.47467/elmal.v6i5.7424>
- Image, Melalui Brand, Fani, Raden, Annisa, Mutiara, & Yusran, Husna Leila. (2022). *Pengaruh Beauty Influencer Terhadap Purchase Intention*. 4(3), 954–962.
- Liem, Andrew Tanny, Chrisanti, Ibrena Reghuella, Sandag, Alvin, Divakara, Dipta, & Purwadaria, Pius. (2020). *Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Mobile Banking PT . Bank XYZ Wilayah Airmadidi Menggunakan E-Servqual Customer Satisfaction Analysis of PT Bank XYZ Mobile Banking Service in Airmadidi Area Using E-Servqual*. 6(2), 229–238.
- Nur Aminah, & Dewi, Citra Kusuma. (2024). Pengaruh Service Quality terhadap Repurchase Intention melalui Customer Satisfaction: Perspektif Penumpang Lion Air. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(10), 6803–6815. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i10.3117>
- Parasuraman, a, Zeithaml, Valarie a, & Berry, Leonard L. (1988). SERQUAL: A Multiple-Item scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, Vol. 64, p. 28. [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(99\)00084-3](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(99)00084-3)
- Pratama, Rizaldi Indra Widagdo, Djoko. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Maskapai Lion Air Terhadap Kepuasan Penumpang Di Yogyakarta Internasional Airport. *Jurnal Flight Attendant Kedirgantaraan*, 5(2), 2460–1454.
- Pratama, M. Aditiya, & Kusumastuti, Ratih. (2024). the Effect of Price and Service Quality on Customer Satisfaction of Gojek Users. *AKSY Jurnal Ilmu Akuntansi Dan Bisnis Syariah*, 6(1), 98–111. <https://doi.org/10.15575/aksy.v6i1.31511>
- Wijaya, Mario Handi, Rizani, Nataya Charoonsri, Studi, Program, Industri, Teknik, Industri, Fakultas Tekonologi, Program, Alumni, Teknik, Studi, Pengajar, Staf, Studi, Program, & Industri, Teknik. (2022). *PELAYANAN SHOPEE EXPRESS DENGAN METODE*. 24(1), 41–50.
- Yusran, Husna Leila, Tribudhi, Debbie Aryani, & Hermawan, Asep. (2021). *PENINGKATAN POTENSI PEMASARAN TAHU DAN TEMPE KOPERASI PRIMKOPTI SWAKERTA DI JAKARTA BARAT PADA ERA NEW NORMAL*. 5(2), 187–195.