

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Uji Validitas Dan Reliabilitas

##### 4.1.1 Uji Validitas

Analisis ini digunakan untuk mengukur seberapa cermat suatu tes dapat melakukan fungsi ukurannya. Semakin tinggi validitas suatu alat maka semakin tepat pula alat pengukur tersebut mengenai sasarannya, dan sebaliknya semakin rendah suatu alat pengukur, maka semakin jauh pula alat pengukur tersebut mengenai sasarannya. Teknik yang digunakan adalah memakai *Pearson Correlation*, dihitung menggunakan bantuan komputer program SPSS versi 21. Hasil uji validitas dapat ditunjukkan pada tabel berikut.

**Tabel 4.1**

**Hasil Uji Validitas Kuesioner Penelitian**

<b>Pernyataan</b>	<b>R<sub>hitung</sub></b>	<b>r<sub>tabel</sub></b>	<b>Keterangan</b>
<b>Kualitas Layanan</b>			
X1	0,724	0,000	Valid
X2	0,773	0,000	Valid
X3	0,774	0,000	Valid
X4	0,706	0,000	Valid
X5	0,859	0,000	Valid
X6	0,768	0,000	Valid
X7	0,861	0,000	Valid
X8	0,865	0,000	Valid
X9	0,824	0,000	Valid
X10	0,844	0,000	Valid
X11	0,839	0,000	Valid
X12	0,723	0,000	Valid
X13	0,720	0,000	Valid
X14	0,670	0,000	Valid

X15	0,676	0,000	Valid
X16	0,818	0,000	Valid
X17	0,757	0,000	Valid
X18	0,745	0,000	Valid
X19	0,786	0,000	Valid
X20	0,863	0,000	Valid
X21	0,865	0,000	Valid
X22	0,824	0,000	Valid
X23	0,723	0,000	Valid
X24	0,772	0,000	Valid
X25	0,775	0,000	Valid
X26	0,700	0,000	Valid
X27	0,859	0,000	Valid
X28	0,761	0,000	Valid
X29	0,853	0,000	Valid
<b>Kinerja Perusahaan</b>			
Z1	0,812	0,000	Valid
Z2	0,889	0,000	Valid
Z3	0,886	0,000	Valid
Z4	0,900	0,000	Valid
Z5	0,832	0,000	Valid
Z6	0,827	0,000	Valid
<b>Keunggulan Bersaing</b>			
Y1	0,828	0,000	Valid
Y2	0,784	0,000	Valid
Y3	0,886	0,000	Valid
Y4	0,848	0,000	Valid

Sumber : Data Diolah 2019

Adapun kriteria yang digunakan dalam menemukan valid tidaknya pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut : tingkat sig  $< \alpha = 5$  persen maka dapat dikatakan valid. Nilai sig dari masing-masing indikator  $< 5\%$  sehingga semua indikator tersebut adalah valid.

#### 4.1.2 Hasil Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dimaksudkan untuk mengetahui tingkat konsistensi jawaban kuesioner, sehingga mampu menunjukkan keandalan sebuah alat ukur. Dalam pengujian ini dilakukan dengan Uji *Cronbach's Alpha*. Nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6, maka instrumen tersebut dapat dinyatakan reliabel. Hasil uji reliabilitas dapat ditunjukkan pada tabel 4.2 berikut:

**Tabel 4.2**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Alpha Crobach	Nilai Kritis	Keterangan
Kualitas layanan	0.977	0.6	Reliabel
Kinerja Perusahaan	0.928	0.6	Reliabel
Keunggulan bersainh	0.857	0,6	Reliabel

Sumber : Data Diolah, 2019

Dari hasil uji reliabilitas diperoleh koefisien reliabilitas untuk seluruh variabel yang digunakan dalam penelitian ini lebih besar dari nilai kritisnya yaitu 0,6 sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh butir pertanyaan yang tertuang dalam kuesioner penelitian ini dapat dinyatakan handal / reliabel. Artinya kuesioner ini memiliki hasil yang konsisten jika dilakukan pengukuran dalam waktu dan model atau desain yang berbeda.

## 4.2 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif ini meliputi analisis karakteristik responden dan analisis jawaban responden terhadap variabel penelitian.

### 4.2.1 Deskripsi Responden Penelitian

Data primer yang telah berhasil dikumpulkan oleh peneliti kemudian dianalisis. Analisis karakteristik responden meliputi jenis kelamin, usia, pendidikan dan penghasilan.

#### 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, terdiri atas dua kelompok, yaitu kelompok laki-laki dan perempuan. Hasil analisis data ini diperoleh presentase responden berdasarkan jenis kelamin sebagai berikut:

**Tabel 4.3**  
**Jenis Kelamin Responden**

Keterangan	Jumlah	Persentase
Perempuan	32	32%
Laki-laki	68	68%
Total	100	100%

Sumber : Data Diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.3 dapat diketahui bahwa responden dibedakan menjadi dua kategori yaitu laki-laki dan perempuan. Pengumpulan data yang dilakukan menghasilkan data responden perempuan sebanyak 32 orang atau 32% dan laki-laki sebanyak 68 orang atau 68%.

## 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Karakteristik responden berdasarkan usia dapat ditunjukkan pada table berikut:

**Tabel 4.4**

### **Usia Responden**

Keterangan	Jumlah	Persentase
Sampai dengan 17 tahun	0	0%
18- 25 th	15	15%
26 - 35 th	35	35%
36 - 45 <sup>th</sup>	34	34%
46 – 55 th	16	16%
Lebih dari 56 tahun	0	0%
Total	100	100%

Sumber : Data Diolah, 2019

. Dari hasil analisis deskriptif di atas, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden adalah mereka dengan usia 26-35 tahun sebesar 35 responden atau 35%.

### 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan

Karakteristik responden berdasarkan jenjang pendidikan adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.5**  
**Jenjang Pendidikan Responden**

Keterangan	Jumlah	Persentase
Sampai Dengan SMP-SD	0	0%
Sampai Dengan SMA	10	10%
Sampai Dengan Sarjana	62	62%
Sampai Dengan Pasca Sarjana	28	28%
Total	100	100%

Sumber : Data Diolah, 2019

Pengumpulan data yang telah dilakukan menghasilkan data responden mayoritas adalah responden yang berpendidikan sampai dengan sarjana yaitu sebesar 62%.

### 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.6**

**Pekerjaan Responden**

Keterangan	Jumlah	Persentase
PNS	11	11%
Karyawan BUMN/BUMD	8	8%
Pegawai Swasta	21	21%
Wirausaha	45	45%
Pelajar-Mahasiswa	15	15%
Total	100	100%

Sumber : Data Diolah, 2018

Pengumpulan data yang telah dilakukan menghasilkan data responden mayoritas adalah responden berprofesi sebagai wirausaha yaitu sebesar 45%.

#### 4.2.2 Analisis Deskriptif Jawaban Responden

Untuk mendeskripsikan jawaban variabel dapat ditunjukkan dengan nilai rata-rata variabel. Berpedoman pada nilai minimum dan nilai maksimum maka dapat ditentukan interval penilaian sebagai berikut:

$$\text{Skor minimum} = 1$$

$$\text{Skor maksimum} = 5$$

$$\text{Interval} = \frac{\text{Maksimum} - \text{minimum}}{\text{jumlah kelas}} = \frac{5 - 1}{5} = 0,80$$

$$\text{Nilai rata-rata } 1,00 - 1,80 = \text{Sangat Tidak baik}$$

$$\text{Nilai rata-rata } 1,81 - 2,60 = \text{Tidak baik}$$

$$\text{Nilai rata-rata } 2,61 - 3,40 = \text{Netral}$$

$$\text{Nilai rata-rata } 3,41 - 4,20 = \text{Baik}$$

$$\text{Nilai rata-rata } 4,21 - 5,00 = \text{Sangat Baik}$$

#### 4.2.2.1 Analisis Penilaian Variabel Penelitian Persepsi Responden Terhadap Kualitas Layanan

Hasil penilaian responden terhadap variable kualitas layanan adalah sebagai berikut:

Tabel 4.7

#### Hasil Analisis Penilaian Variabel Kualitas Layanan

No	Pertanyaan	Mean	kategori
1	Kondisi fisik pesawat terbang sudah baik	3,70	Setuju
2	Kualitas katering yang disajikan sudah baik	3,66	Setuju
3	Kebersihan toilet pesawat sudah baik	3,48	Setuju
4	Kebersihan kursi pesawat sudah baik	3,66	Setuju
5	Kenyamanan kursi pesawat sudah baik	3,76	Setuju
6	Kualitas pendingin udara sudah baik	3,70	Setuju
7	Kebersihan toilet bandar udara sesuai dengan standar perusahaan	3,85	Setuju
8	Jumlah toko di bandar udara sudah lengkap	3,77	Setuju
9	Efektivitas pendingin udara di bandar udara sudah baik	3,76	Setuju
10	Efektivitas sistem penanda banda udara sudah baik	3,80	Setuju
11	Ketersediaan troli di bandara udara	3,78	Setuju
12	Sistem kontrol keamanan bandara udara	3,82	Setuju
13	Pemilihan seragam yang baik	3,87	Setuju
14	Tingkah laku karyawan pada umumnya	4,00	Setuju
15	Jawaban atas pertanyaan yang diajukan	3,96	Setuju
16	Kesetaraan pelayanan kepada setiap orang	3,86	Setuju
17	Pengetahuan karyawan akan pertanyaan yang dihadapi	3,87	Setuju
18	Kepedulian karyawan maskapai	3,50	Setuju
19	Kesiagaan dalam bertugas	3,60	Setuju
20	Kemudahan <i>booking</i> dan transaksi tiket	3,87	
21	Ketepatan waktu jadwal kedatangan dan keberangkatan	3,79	Setuju
22	Transportasi antara bandara dan kota	3,78	Setuju
23	Kompensasi atas kehilangan dan bencana	3,69	Setuju
24	Biaya bagasi penumpang	3,65	Setuju
25	Lokasi-lokasi kantor maskapai	3,47	Setuju

26	Jumlah penerbangan yang disediakan	3,65	Setuju
27	Adanya tiket-tiket promo	3,75	Setuju
28	Konsistensi harga tiket dengan pelayanan	3,69	Setuju
29	Citra maskapai penerbangan	3,84	Setuju
	Mean	3,74	Setuju

Sumber : Data Diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.7 dapat dipaparkan bahwa dari 100 responden, rata – rata memberikan penilaian sebesar 3,74 dan nilai tersebut kategori setuju. Dengan demikian menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap variable kualitas layanan adalah setuju. Sedangkan penilaian responden pada variabel kualitas layanan tertinggi adalah pada indikator Tingkah laku karyawan pada umumnya dengan rata – rata sebesar 4,00 dan penilaian terendah adalah pada indikator Kebersihan toilet pesawat sudah baik yaitu dengan rata – rata sebesar 3,48.

#### 4.2.2.2 Variabel Kinerja Perusahaan

Berikut dijelaskan untuk hasil jawaban responden mengenai variabel kinerja perusahaan.

**Tabel 4.8**  
**Variabel Kinerja Perusahaan**

NO	PERNYATAAN	Mean	Kategori
1	Maskapai Garuda Indonesia mampu memberikan kepuasan dengan kualitas layanan yang diberikan	3,90	Setuju
2	Maskapai Garuda Indonesia mampu memberikan kepuasan dengan pengalaman menggunakan pesawat	3,71	Setuju
3	Konsumen merasa benar ketika memilih Maskapai Garuda Indonesia	3,72	Setuju
4	Saya tidak akan mengganti Garuda Indonesia dengan maskapai lain	3,67	Setuju
5	Saya sering menggunakan Garuda Indonesia	3,71	Setuju
6	Saya akan merokendasikan kepada orang lain	3,64	Setuju
	Mean	3,73	Setuju

Sumber : Data Diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 4.8 diatas dapat dilihat bahwa dari 100 responden yang diambil sebagai sampel, mayoritas memberikan penilaian puas pada variabel kinerja perusahaan.. Penilaian terendah pada item Saya akan merokemdasikan kepada orang lain, sedangkan penilaian tertinggi pada item Konsumen merasa benar ketika memilih Maskapai Garuda Indonesia

#### 4.2.2.3 Variabel Keunggulan Bersaing

Berikut dijelaskan untuk hasil jawaban responden mengenai variabel keunggulan bersaing.

**Tabel 4.9**  
**Variabel Keunggulan Bersaing**

NO	PERNYATAAN	Mean	Kategori
1	Konsumen akan menceritakan hal-hal positif tentang maskapai	3,71	Setuju
2	Perusahaan memperlakukan konsumen dengan baik	3,68	Setuju
3	Konsumen menggunakan maskapai dalam waktu lama	3,78	Setuju
4	Perusahaan focus terhadap pelanggan	3,73	Setuju
	Mean	3,73	Setuju

Sumber : Data Diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 4.9 diatas dapat dilihat bahwa dari 100 responden yang diambil sebagai sampel, mayoritas memberikan penilaian setuju pada variabel loyalitas nasakeunggulan bersaingbah. Penilaian terendah pada item memperlakukan konsumen dengan baik, sedangkan penilaian tertinggi pada item menggunakan maskapai dalam waktu lama

### 4.3 Analisis Jalur

Untuk mempermudah perhitungan regresi dari data yang cukup banyak maka dalam penelitian ini diselesaikan dengan bantuan perangkat lunak (*soft were*) komputer program SPSS 17.

#### 4.3.1 Model Regresi Tahap Pertama

Model regresi tahap pertama bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepuasan konsumen terhadap kinerja perusahaan. Hasil pengujian terhadap model regresi dilihat dalam tabel 4.10

**Tabel 4.10**  
**Hasil Regresi Model 1**

Variabel Independen	Koefisien Regresi	t-hitung	Sig-t (p-value)
Konstanta	0,01		
Kualitas layanan	0.971	23,481	0.000
F hitung		551,376	
Sig-F		0.000	
Adjusted R <sup>2</sup>		0,848	

Variabel Dependen : Kinerja

Sumber : Data hasil regresi, 2019

Pada penelitian ini digunakan model persamaan regresi sebagai berikut :

$$Z = a + b_1X + e$$

Dengan memperhatikan model regresi dan hasil regresi maka didapat persamaan pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan sebagai berikut :

$$Z = 0,091 + 0,971X + e$$

Berdasarkan berbagai parameter dalam persamaan regresi tersebut, maka dapat

diberikan interpretasi sebagai berikut:

Nilai Konstanta sebesar 0,091 menyatakan bahwa jika tidak ada variabel kualitas layanan ( $X=0$ ) maka secara statistik kinerja adalah 0,091.

Kualitas layanan ( $X$ ) mempunyai pengaruh yang positif terhadap kinerja perusahaan, dengan koefisien regresi sebesar 0,971. Hal tersebut berarti bahwa apabila kualitas layanan meningkat satu satuan maka kinerja perusahaan juga akan meningkat sebesar 0,091 dengan asumsi semua variabel independen lain konstan.

#### 4.3.2.1. Uji Hipotesis

Uji secara parsial untuk membuktikan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat digunakan uji t. Dengan membandingkan p-value (sig-t) dengan taraf signifikansi yang ditolerir (5 persen), dapat digunakan untuk menyimpulkan menolak atau menerima hipotesis.

- a. Formulasi hipotesis nihil dan hipotesis alternatif

$$H_0 : b_1 = b_2 = 0$$

Artinya variabel bebas ( $X$ ) secara parsial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat ( $Y$ ).

$$H_a : b_1 \neq b_2 \neq 0$$

Artinya variabel bebas ( $X$ ) secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat ( $Y$ ).

- b. Uji statistik yang digunakan adalah uji t
- c. Kesimpulan

Ho diterima bila :  $pvalue > 0,05$

Ho ditolak bila :  $pvalue < 0,05$

#### 1. Pengujian Hipotesis Pertama

Berdasarkan Tabel 4.10 variabel kualitas layanan diperoleh  $pvalue (0,000)$ . Oleh karena nilai  $sig t (0,000) < 0,05$ , maka dapat disimpulkan  $H_0$  ditolak yang berarti terdapat kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja perusahaan.

#### 4.3.1.2 Analisis Koefisien Determinasi Ganda

Dalam analisis regresi terdapat koefisien determinasi berganda dapat digunakan sebagai ukuran untuk menyatakan kecocokan garis regresi yang diperoleh, semakin besar nilai  $R^2$  (R Square) maka semakin kuat kemampuan model regresi yang diperoleh untuk menerangkan kondisi yang sebenarnya. Apabila  $R^2$  sama dengan 1 maka fungsi regresi 100% menjelaskan variasi dari nilai Y sebaliknya jika nilainya 0 maka model yang digunakan sama sekali tidak mendekati nilai Y kecocokan model dikatakan lebih baik jika nilai  $R^2$  mendekati 1. Hasil koefisien determinasi ganda dapat dilihat pada tabel 4.10.

Dari tabel 4.10 dapat koefisien determinasi ganda (Adjusted  $R^2$ ) sebesar 0,848, maka dapat diartikan bahwa 84,8 persen kinerja perusahaan dipengaruhi kualitas layanan. Sedangkan sisanya sebesar 15,2 persen dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian.

### 4.3.1 Model Regresi Tahap Kedua

Model regresi tahap kedua bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan kinerja terhadap keunggulan bersaing. Hasil pengujian terhadap model regresi berganda dilihat dalam tabel 4.11

**Tabel 4.11**

**Hasil Regresi**

Variabel Independen	Koefisien Regresi	t-hitung	Sig-t (p-value)
Konstanta	0,084		
Kualitas layanan	0.696	6,488	0.000
Kinerja Perusahaan	0.278	2,726	0.008
F hitung		272,055	
Sig-F		0.000	
Adjusted R <sup>2</sup>		0,846	

Variabel Dependen : Keunggulan Bersaing

Sumber : Data hasil regresi, 2019

Pada penelitian ini digunakan model persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X + b_2Z + e$$

Dengan memperhatikan model regresi dan hasil regresi linear berganda maka didapat persamaan sebagai berikut :

$$Y = 0,084 + 0,696X + 0,278Z$$

Berdasarkan berbagai parameter dalam persamaan regresi tersebut, maka dapat diberikan interpretasi sebagai berikut:

Nilai Konstanta sebesar 0,084 menyatakan bahwa jika tidak ada variabel kualitas layanan dan kinerja ( $X=0$ ) maka secara statistik keunggulan bersaing adalah 0,084

Kualitas layanan ( $X$ ) mempunyai pengaruh yang positif terhadap keunggulan bersaing, dengan koefisien regresi sebesar 0,696. Hal tersebut berarti bahwa apabila kualitas layanan meningkat satu satuan maka keunggulan bersaing juga akan meningkat sebesar 0,696 dengan asumsi semua variabel independen lain konstan.

Kinerja Perusahaan ( $Z$ ) mempunyai pengaruh yang positif terhadap keunggulan bersaing, dengan koefisien regresi sebesar 0,278. Hal tersebut berarti bahwa apabila Kinerja Perusahaan meningkat satu satuan maka keunggulan bersaing juga akan meningkat sebesar 0,278 dengan asumsi semua variabel independen lain konstan.

#### **4.3.2.1. Uji Hipotesis**

##### **4.3.2.1.1 Uji Hipotesis Untuk Regresi Secara Serentak**

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh secara serentak variabel kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai sig  $F_{hitung}$  dengan tingkat signifikansi 5%. Adapun prosedur pengujian hipotesis adalah sebagai berikut :

- a. Formulasi hipotesis nihil dan hipotesis alternatif

$$H_0 : b_1 = b_2 = 0$$

Artinya kualitas layanan dan kinerja bersama-sama tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keunggulan bersaing.

$$H_a : b_1 \neq b_2 \neq 0$$

Artinya kualitas layanan dan kinerjabersama sama berpengaruh secara signifikan terhadap keunggulan bersaing.

- b. Uji statistik yang digunakan adalah uji F
- c. Taraf signifikansi yang digunakan adalah 5 persen sehingga nilai sig-f sebesar 0,000
- d. Kesimpulan

Ho diterima bila :  $p\text{value (sig F)} > 0,05$

Ho ditolak bila :  $p\text{value (sig.F)} \leq 0,05$

Berdasarkan tabel 4.11 diketahui bahwa nilai F hitung sebesar 272,055 dengan nilai pvalue sebesar 0,000. Pada tingkat signifikansi 5%, maka hasil tersebut signifikan karena nilai pvalue (0,000) < 0,05. Ini menunjukkan bahwa kualitas layanan dan kinerjabersama sama berpengaruh secara signifikan terhadap keunggulan bersaing.

#### **4.3.2.1.2 Uji Hipotesis secara Parsial**

Uji secara parsial untuk membuktikan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat digunakan uji t. Dengan membandingkan p-value (sig-t) dengan taraf signifikansi yang ditolerir (5 persen), dapat digunakan untuk menyimpulkan menolak atau menerima hipotesis.

- a. Formulasi hipotesis nihil dan hipotesis alternatif

$$H_o : b_1 = b_2 = 0$$

Artinya variabel bebas (X) secara parsial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat (Y).

$$H_a : b_1 \neq b_2 \neq 0$$

Artinya variabel bebas (X) secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat (Y).

- b. Uji statistik yang digunakan adalah uji t
- c. Kesimpulan

Ho diterima bila :  $p\text{value} > 0,05$

Ho ditolak bila :  $p\text{value} < 0,05$

#### 1) Pengujian Hipotesis Kedua

Berdasarkan Tabel 4.11 variabel kualitas layanan diperoleh pvalue (0,000). Oleh karena nilai sig t (0,000)  $< 0,05$ , maka dapat disimpulkan Ho ditolak yang berarti terdapat kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap keunggulan bersaing.

#### 2) Pengujian Hipotesis Ketiga

Berdasarkan Tabel 4.11 variabel kinerja perusahaan diperoleh pvalue (0,008). Oleh karena nilai sig t (0,008)  $< 0,05$ , maka dapat disimpulkan Ho ditolak yang berarti terdapat kinerja perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap keunggulan bersaing.

### 4.3.2.3 Analisis Koefisien Determinasi Ganda

Dalam analisis regresi terdapat koefisien determinasi berganda dapat digunakan sebagai ukuran untuk menyatakan kecocokan garis regresi yang diperoleh, semakin besar nilai  $R^2$  (R Square) maka semakin kuat kemampuan model regresi yang diperoleh untuk menerangkan kondisi yang sebenarnya. Apabila  $R^2$  sama dengan 1 maka fungsi regresi 100% menjelaskan variasi dari nilai Y sebaliknya jika nilainya 0 maka model yang digunakan sama sekali tidak mendekati nilai Y kecocokan model dikatakan lebih baik jika nilai  $R^2$  mendekati 1. Hasil koefisien determinasi ganda dapat dilihat pada tabel 4.11

Dari tabel 4.11 dapat koefisien determinasi ganda (Adjusted  $R^2$ ) sebesar 0,846, maka dapat diartikan bahwa 84,6 persen keunggulan bersaing dipengaruhi kualitas layanan dan kepuasan kinerja. Sedangkan sisanya sebesar 15,4 persen dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian.

### 4.4 Uji Efek Mediasi

Pengujian hipotesis mediasi dapat dilakukan dengan prosedur yang dikembangkan oleh Sobel (1982) dan dikenal dengan uji Sobel (*Sobel test*). Uji Sobel dilakukan dengan cara menguji kekuatan pengaruh tidak langsung variabel independen (X) ke variabel dependen (Y) melalui variabel intervening (M). Pengaruh tidak langsung X ke Y melalui M dihitung dengan cara mengalikan jalur  $X \rightarrow M$  (**a**) dengan jalur  $M \rightarrow Y$  (**b**) atau **ab**. Jadi koefisien **ab** = (**c** - **c'**), dimana **c** adalah pengaruh X terhadap Y tanpa mengontrol M, sedangkan **c'** adalah koefisien pengaruh

X terhadap Y setelah mengontrol M. Uji Sobel menggunakan bantuan *softwer online* [quantspy.org](http://quantspy.org) yang dikembangkan oleh Kristopher J. Preacher (*Vanderbilt University*) dan [Geoffrey J. Leonardelli](#) (*University of Toronto*). Apabila nilai  $pvalue < 0,05$  maka dapat disimpulkan terjadi pengaruh mediasi (Ghozali, 2009). Hasil uji Sobel adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji Sobel**

Path Coefficient	A	Sa	b	Sb	Pvalue
X ->Z->Y	0,971	0,041	0,278	0,102	0,000

**Sumber : Data Diolah**

Hasil pengujian efek mediasi adalah membuktikan kualitas layanan berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing yang dimediasi oleh kinerja. Dari tabel diatas parameter hubungan kepuasan konsumen memediasi hubungan kualitas layanan dan kinerja diperoleh  $pvalue = 0,000$ . Pada tingkat signifikansi 5% hubungan kinerja memediasi hubungan kualitas layanan dan keunggulan bersaing adalah signifikan karena  $pvalue < 0,05$ , sehingga dapat kualitas layanan berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing yang dimediasi oleh kinerja sehingga hipotesis ketujuh penelitian ini didukung.

## 4.5 Uji Asumsi Klasik

### 4.5.1 Hasil Uji Asumsi Klasik Normalitas Residual

Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan kurva normal bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual mempunyai distribusi normal, seperti diketahui bahwa uji t dan uji F mengasumsikan nilai residual mengikuti distribusi normal. Hasil pengujian normalitas dapat ditunjukkan pada Tabel 4.13, berikut:

**Tabel 4.13**  
**Hasil Pengujian Normalitas**

	Model tahap 1	Model Tahap 2
N	100	100
Kolmogorov-Smirnov Z	.603	1.073
Asymp. Sig. (2-tailed)	.860	.200

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Data Primer yang diolah 2019

Dari table 4.13 dapat diketahui bahwa nilai Asymp. Sig diatas 0,05. Dapat disimpulkan bahwa model regresi linear telah menggunakan data berdistribusi normal.

### 4.5.2 Hasil Uji Asumsi Klasik Multikolinieritas

Uji multikolinearitas diketahui dari nilai VIF untuk masing-masing indikator. Persyaratan untuk dapat dikatakan terbebas dari multikolinier adalah apabila nilai VIF kurang dari 10 dan nilai tolerance lebih dari 0,10, sehingga

disimpulkan bahwa model tidak terkena gejala multikolinieritas. Hasil uji multikolinieritas ditunjukkan pada Tabel 4.14 berikut:

**Tabel 4.14**

**Asumsi Klasik Multikolinieritas**

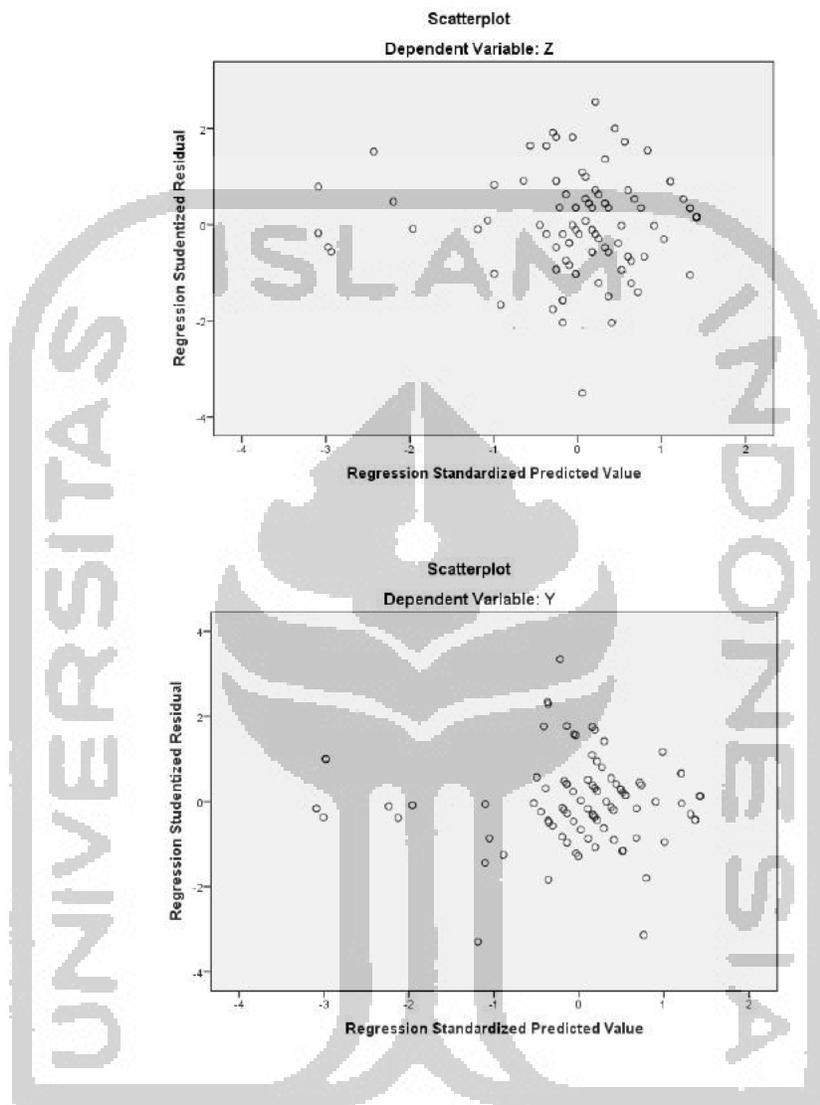
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
1 X1	.151	6.626
X2	.151	6.626

Sumber : Data Diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 4.12 diatas nilai VIF kurang dari 10 dan nilai tolerance lebih dari 0,10. Dapat disimpulkan model regresi yang digunakan dalam penelitian ini tidak mengandung gejala multikolinieritas atau dengan kata lain  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak.

**4.5.3 Hasil Uji Asumsi Klasik Heteroskedastisitas**

Analisis asumsi klasik pada uji heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan *scatter plot* nilai residual variabel dependen. Pengambilan kesimpulan diketahui dari memerhatikan sebaran plot data. Jika sebaran data tidak mengumpul di satu sudut / bagian maka disimpulkan tidak terjadi heterokedastisitas, sehingga dikatakan data adalah homogen. Hasil pengujian Heteroskedastisitas dapat ditunjukkan pada gambar 4.1, berikut:



**Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Sumber : Data Diolah, 2019

Berdasarkan Gambar 4.3 terlihat data residual berupa titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu. Dengan demikian dapat disimpulkan model regresi yang diajukan dalam penelitian ini tidak terjadi gejala

heteroskedastisitas yaitu variance residual dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap (homoskedastisitas).

## **4.6 Pembahasan Hasil Penelitian**

### **4.6.1 Pengaruh Kualitas Layanan (AIRQUAL) Terhadap Keunggulan Bersaing**

Hasil penelitian membuktikan kualitas layanan berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi kualitas layanan akan meningkatkan keunggulan bersaing

Dimensi pertama adalah tangible. Dimensi ini merupakan aspek perusahaan jasa yang mudah terlihat dan ditemui pelanggan, yaitu tersedianya ruangan tunggu yang nyaman, bersih dan rapih, kelengkapan peralatan komunikasi dan penampilan personel. Segala bentuk visibilitas yang dapat ditemui oleh pelanggan disaat keberadaanya di stasiun. *Tangible* berhubungan dengan kepuasan konsumen karena bukti fisik yang baik akan mempengaruhi persepsi pelanggan. Pada saat yang bersamaan aspek ini juga merupakan salah satu sumber yang mempengaruhi harapan pelanggan. Karena dengan bukti fisik yang baik maka harapan konsumen menjadi lebih tinggi. Oleh karena itu merupakan hal yang penting bagi perusahaan untuk mengetahui seberapa jauh aspek wujud fisik yang paling tepat, yaitu masih memberikan impresi positif terhadap kualitas pelayanan yang diberikan tetapi tidak menyebabkan harapan pelanggan yang terlalu tinggi sehingga dapat memenuhi kebutuhan konsumen dan memberikan keunggulan bersaing bagi perusahaan.

Dimensi terminal tangible merupakan aspek perusahaan jasa yang mudah terlihat dan ditemui pelanggan, yakni dari segi performa sarana bandara yang dapat diakses oleh panca indera pelanggan. *Tangible* yaitu berbagai fasilitas yang dapat dilihat dan digunakan perusahaan dalam upaya memenuhi kepuasan pelanggan. *Tangible* atau bukti langsung berupa pelayanan-pelayanan yang dirasakan langsung oleh konsumen benar-benar diperhatikan perusahaan atau konsumen untuk meningkatkan prestasi kerja perusahaan sehingga mampu menghasilkan kualitas pelayanan terbaiknya terhadap konsumen. Bentuk pelayanan fisik yang dimaksudkan dalam perusahaan biasanya berupa bagaimana cara memaksimalkan kondisi, fasilitas, kemampuan, maupun perangkat lainnya sehingga dapat menghasilkan suatu bentuk timbal balik secara baik yang dirasakan baik perusahaan maupun konsumen karena orang yang melihat pelayanan yang ditunjukkan perusahaan tersebut dapat dinilai langsung bagaimana kinerja perusahaan tersebut dan pada akhirnya mendapatkan timbal balik secara langsung pula oleh konsumen.

Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi. Pemenuhan janji dalam pelayanan akan mencerminkan kredibilitas perusahaan. Semakin baik persepsi konsumen terhadap kehandalan perusahaan maka keunggulan bersaing juga akan semakin tinggi. Dimensi ini dirancang untuk mengevaluasi karyawan bekerja di maskapai penerbangan. Pertanyaan yang termasuk dalam dimensi ini adalah tentang karyawan sikap, pengetahuan, pengalaman, dan tingkat pendidikan, perawatan pribadi karyawan

kepada semua orang, ketaatan karyawan, dan reservasi bebas kesalahan maskapai penerbangan dan transaksi tiket.

Empati (*emphaty*) yaitu perhatian dengan memberikan sikap yang tulus dan berifat individual atau pribadi yang diberikan perusahaan kepada pelanggan. Dengan adanya perhatian khusus dan komunikasi yang baik dari karyawan atas pelanggan akan berpengaruh juga pada kepuasan pelanggan, karena pelanggan akan merasa diperhatikan oleh perusahaan yaitu apa yang dibutuhkan dan dikeluhkannya ditanggapi secara baik oleh pihak perusahaan. Semakin baik persepsi konsumen terhadap kepedulian yang diberikan oleh perusahaan maka keunggulan bersaing juga akan semakin tinggi.

Adanya jaminan dari suatu perusahaan akan membuat pelanggan merasa aman dan tanpa ada rasa ragu-ragu untuk melakukan kegiatan, disamping itu jaminan dari suatu perusahaan akan berpengaruh pada kepuasan konsumen karena apa yang diinginkan pelanggan dapat dipenuhi oleh perusahaan yaitu dengan pengetahuan dan ketrampilan dari karyawan tersebut. Semakin baik persepsi konsumen terhadap jaminan yang diberikan oleh perusahaan maka keunggulan bersaing juga akan semakin tinggi.

#### **4.6.2 Pengaruh Kualitas Layanan (AIRQUAL) Terhadap Kinerja Perusahaan**

Hasil penelitian membuktikan kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi kualitas layanan akan meningkatkan kinerja perusahaan

Pelanggan akan loyal kepada perusahaan apabila perusahaan memiliki kemampuan untuk menciptakan dan menjaga hubungan emosional yang baik dalam jangka panjang dengan para pelanggannya dengan cara memberikan kualitas pelayanan terbaik yang mampu merebut hati pelanggan sehingga membuat pelanggan loyal kepada perusahaan. Pelanggan yang loyal merupakan salah satu keberhasilan dari kinerja perusahaan. Delgado dan Munuera (2001) mengemukakan bahwa ketika konsumen menerima kualitas pelayanan yang lebih baik dari uang yang dikeluarkannya, mereka percaya menerima nilai yang baik (*good value*), dimana hal ini akan meningkatkan kinerja penyedia jasa. Konsumen juga seringkali dapat menarik kesimpulan mengenai kualitas suatu jasa (*service*) atau pelayanan berdasarkan penilaian mereka terhadap tempat atau lokasi, orang, peralatan, alat komunikasi dan harga yang mereka lihat sebelum mereka memutuskan untuk melakukan pembelian kembali dimasa mendatang.

#### **4.6.3 Pengaruh Kinerja perusahaan Terhadap Keunggulan Bersaing**

Hasil penelitian membuktikan kinerja perusahaan berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi kinerja perusahaan akan meningkatkan kinerja perusahaan.

Keunggulan bersaing dapat diwujudkan dengan konsumen yang sangat puas dengan produk dan pelayanan tertentu, sehingga mempunyai antusiasme untuk memperkenalkannya kepada siapapun yang mereka kenal. Keunggulan bersaing dapat terwujud apabila kualitas pelayanan yang dirasakan oleh pelanggan sama, atau setidaknya

hampir sama dengan apa yang konsumen harapkan dalam menggunakan jasa dari penyedia jasa. Kinerja yang baik dari perusahaan yang yang didapat pada tingkat tertentu di benak pelanggan akan mendatangkan pelanggan yang loyal, perusahaan membutuhkan kualitas pelayanan yang prima dan persaingan kewajaran harga yang menentukan kualitas layanan yang sewajarnya sehingga keunggulan bersaing akan terwujud. Ketika konsumen sudah merasakankualitas pelayanan yang baik, ramah dansudah merasakan kepuasan terhadapproduk tersebut, maka konsumen tersebutakan membuat pujian yang baikdanas menyebarkan berita ini dengan hasilyang positif.

