

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Tinjauan Pustaka dan Penelitian Terdahulu

2.1.1 Keamanan

Sistem keamanan yang efektif adalah sarana terbaik untuk membuat segala sesuatunya berjalan dengan baik dalam Administrasi Negara terutama keamanan pengawasan *preventif*, keamanan pengawasan *represif* hanya berguna bilamana (a) dilakukan secara komprehensif dan cukup intensif, (b) bilamana laporannya bersifat cukup obyektif dan analitis, dan (c) bilamana laporannya disampaikan cukup cepat.

S.Prajudi Atmosudirdjo (2002) Pengawasan adalah proses kegiatan-kegiatan yang membandingkan apa yang yang dijalankan, dilaksanakan, atau diselenggarakan itu dengan apa yang dikehendaki, direncanakan, atau diperintahkan.

Bandar udara adalah kawasan di daratan dan/atau perairan dengan batas-batas tertentu yang digunakan sebagai tempat pesawat udara mendarat dan lepas landas, naik turun penumpang, bongkar muat barang, dan tempat perpindahan intra dan antar moda transportasi, yang dilengkapi dengan fasilitas keselamatan dan keamanan penerbangan, serta fasilitas pokok dan fasilitas penunjang lainnya. Menurut Annex 14 keselamatan/keamanan dari (International Civil Aviation Organization), Bandar Udara adalah area tertentu di daratan atau perairan (termasuk bangunan, instalasi dan peralatan) yang diperuntukkan baik secara keseluruhan atau sebagian untuk kedatangan, keberangkatan dan pergerakan pesawat. Sedangkan definisi Bandar Udara adalah kawasan di daratan dan/atau perairan dengan batas-batas tertentu yang digunakan sebagai tempat pesawat udara mendarat dan lepas landas, naik turun penumpang, bongkar muat barang, dan tempat perpindahan intra dan antarmoda transportasi, yang dilengkapi dengan fasilitas keselamatan dan keamanan, termasuk segala bangunan dan peralatan yang merupakan

kelengkapan minimal untuk menjamin tersedianya fasilitas dan keamanan bagi angkutan udara untuk masyarakat. Kegunaan bandar udara selain sebagai terminal lalu lintas manusia / Penumpang juga sebagai terminal lalu lintas barang. Untuk itu, di sejumlah bandar udara yg berstatus bandar udara internasional ditempatkan petugas Imigrasi, bea dan cukai.

Di Indonesia, bandar udara yang berstatus bandar udara internasional antara lain Hang Nadim (Batam), Soekarno-Hatta (Cengkareng), Juanda (Surabaya), Sepinggan (Balikpapan), Hasanudin (Makassar) dan masih banyak lagi. Bandar udara kebanyakan digunakan untuk tujuan komersial namun ada beberapa bandar udara yang berfungsi sebagai landasan pesawat militer. Pedoman-pedoman perencanaan bandar udara secara detail ada pada peraturan-peraturan yang dikeluarkan FAA dan ICAO, di Indonesia sendiri aturan-aturan tersebut tercakup dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 70 tahun 2001 tentang Kebandarudaraan dan Ketentuan Menteri Perhubungan No. KM 44 Tahun 2002 tentang Tatanan Kebandarudaraan Nasional. Bandar udara memiliki dua area berbeda yaitu sisi darat dan sisi udara. Kebutuhan-Kebutuhan yang berbeda pada dua bagian tersebut terkadang saling bertentangan antara satu kegiatan dengan kegiatan lainnya. Misalnya kegiatan keamanan membatasi sedikit mungkin hubungan (pintu-pintu) antara Prinsip-Prinsip Manajemen Pengelolaan Bandar Udara sisi darat (land side) dan sisi udara (air side), sedangkan kegiatan pelayanan memerlukan sebanyak mungkin pintu terbuka dari sisi darat ke sisi udara agar pelayanan berjalan lancar keamanan di siagakan untuk memeriksa setiap penumpang yang memasuki ruang Bandar Udara.

Menurut Sujamto keamanan adalah kegiatan yang dilakukan untuk menjamin ketertiban dalam kawasan area Publik dan menjamin suatu proses kelancaran kegiatan. Pengertian Keamanan tersebut menekankan pada suatu proses Keamanan berjalan secara sistematis sesuai dengan tahap-tahap yang telah ditentukan. Hal ini sesuai dengan pendapat dari Soekarno.K yaitu Keamanan adalah proses yang menentukan tentang apa yang harus dikerjakan agar apa yang diselenggarakan sejalan dengan

rencana. Berdasarkan konsep-konsep yang dikemukakan oleh para ahli, dapat dikemukakan bahwa Keamanan pada dasarnya merupakan pengendalian performa sebuah lembaga/organisasi. Tujuannya agar performa Lembaga tersebut tidak menyimpang dari tujuan, program, prosedur-prosedur, aturan-aturan.

Tujuan dan Fungsi Keamanan

a. Tujuan Keamanan

Tujuan Keamanan menurut Sujamto adalah untuk mengetahui situasi dan keadaan yang sebenarnya tentang pelaksanaan tugas dan pekerjaan, apakah situasi kondusif aman dari bahaya . Jadi dapat dilihat tujuan dari keamanan adalah untuk menilai kenyataan yang telah terjadi dan dibandingkan dengan yang seharusnya terjadi, sehingga akan terlihat apakah hasil yang dicapai telah memenuhi apa yang seharusnya. Bila terjadi penyimpangan maka akan mudah terkontrol dan cepat diperbaiki kenyamanan para penumpang.

Tujuan Keamanan Yaitu :

- 1) Menjamin ketertiban pelaksanaan sesuai dengan rencana.
- 2) Menertibkan koordinasi kegiatan-kegiatan.
- 3) Membina kepercayaan terhadap pengelola Bandar udara.

b. Fungsi Keamanan

Keamanan adalah setiap usaha dan tindakan dalam rangka untuk mengetahui sejauh mana pelaksanaan tugas yang dilaksanakan menurut ketentuan dan sasaran yang hendak dicapai kondusif keadaan normal. Pada hakekatnya setiap kebijaksanaan yang dilakukan oleh pimpinan suatu badan mempunyai fungsi tertentu yang diharapkan terkendali, sejalan dengan tujuan dari kebijaksanaan tersebut. Demikian pula halnya dengan pelaksanaan keamanan pada suatu lingkungan kerja atau suatu organisasi tertentu.

2.1.2 Fasilitas

Fasilitas adalah sarana untuk melancarkan dan memudahkan pelaksanaan fungsi. Fasilitas merupakan komponen individual dari penawaran yang mudah ditumbuhkan atau dikurangi tanpa mengubah kualitas dan model jasa. Fasilitas juga adalah alat untuk membedakan program lembaga yang satu dari pesaing yang lainnya (Lupiyoadi, 2006:150). Pada sejumlah tipe jasa, persepsi yang terbentuk dari interaksi antara pelanggan dengan fasilitas jasa berpengaruh signifikan terhadap kualitas jasa bersangkutan di mata pelanggan (Tjiptono & Chandra, 2005:93).

Fasilitas merupakan segala sesuatu yang memudahkan konsumen dalam menggunakan jasa perusahaan tersebut. Fasilitas adalah sumber daya fisik yang ada dalam sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen (Tjiptono,1997).. Kotler & Keller (2006) mendefinisikan fasilitas yaitu segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen. Tjiptono (2006) desain dan tata letak fasilitas jasa erat kaitannya dengan pembentukan persepsi pelanggan. Sejumlah tipe jasa, persepsi yang terbentuk dari interaksi antara pelanggan dengan fasilitas berpengaruh terhadap kualitas jasa tersebut di mata pelanggan.

Menurut Emmywati (2016) Perusahaan yang memberikan suasana menyenangkan dengan desain fasilitas yang menarik akan mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian. Artinya bahwa salah satu faktor kepuasan konsumen dipengaruhi oleh fasilitas yang diberikan oleh penjual yang dimanfaatkan oleh konsumen sehingga mempermudah konsumen dalam proses pembelian. Apabila konsumen merasa nyaman dan mudah mendapatkan produk atau jasa yang ditawarkan oleh penjual, maka konsumen akan merasa puas. Hal-hal yang perlu disampaikan dalam fasilitas jasa antara lain

- (1) kelengkapan, kebersihan dan kerapian fasilitas yang ditawarkan,
- (2) kondisi dan fungsi fasilitas yang ditawarkan,

- (3) kemudahan penggunaan fasilitas yang ditawarkan,
- (4) kelengkapan alat yang digunakan fasilitas merupakan sarana penunjang yang digunakan perusahaan dalam usaha untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Semakin baik fasilitas yang diberikan kepada konsumen, maka akan semakin meningkatkan kepuasan konsumen.

Ting et al., (2012) mengemukakan bahwa kenyamanan fasilitas didefinisikan sebagai banyak tidaknya fasilitas yang ditawarkan yang memberikan kemudahan bagi pelanggan dalam mencari produk yang dibutuhkan. Kenyamanan fasilitas dari perspektif pemasar selalu dikaitkan dengan spesifikasi, fitur, fungsi atau kinerja dari suatu perusahaan. Kelengkapan suatu produk terlepas dilihat dari kemudahan pelanggan dalam memperoleh produk yang diinginkan. Arti lain dari kelengkapan adalah berkurangnya persoalan bagi perusahaan terkait dengan kemudahan pelanggan dalam memperoleh produk yang diinginkan oleh pelanggan.

Ting et al., (2012) menyatakan bila konsumen merasa akan mendapatkan kepuasan dari suatu produk (karena produknya mudah diperoleh atau kualitas fasilitas yang diberikan dan variasi produknya lengkap) maka konsumen tersebut akan memutuskan untuk membeli produk tersebut.

2.1.3 Lokasi

Lokasi adalah faktor yang sangat penting dalam bauran eceran, pemilihan lokasi yang tepat dan strategis pada sebuah gerai atau toko akan lebih sukses dibandingkan gerai lainnya yang berlokasi kurang strategis, (Berman & Evans dalam Ma'ruf 2006 : 113). Menurut Kotler (1997) dalam penelitian Musnaini (2010) lokasi merupakan tempat penyampaian produk ke konsumen. Lokasi adalah tempat, kedudukan secara fisik yang mempunyai fungsi strategis karena dapat ikut menentukan tercapainya tujuan badan usaha (Sriyadi, 1991:60). Lokasi diartikan sebagai saluran distribusi untuk produk industri manufaktur sedangkan lokasi diartikan sebagai tempat pelayanan jasa untuk produk industri jasa (Hariyati,

2005:55). Lokasi atau tempat merupakan kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia bagi pelanggan sasaran (Kotler & Armstrong, 2008: 63). Kotler & Keller (2009b: 17) menyatakan bahwa lokasi merupakan setiap lapisan perantara pemasarannya akan melaksanakan semacam tugas dalam membawa produk dan kepemilikan lebih dekat kepada pembeli akhir.

Buchari Alma (2003:103) mengemukakan bahwa "Lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya". Menurut Ujang Suwarman (2004:280), "Lokasi merupakan tempat usaha yang sangat mempengaruhi keinginan seseorang konsumen untuk datang dan berbelanja". Sedangkan pengertian lokasi menurut Kasmir (2009:129) yaitu "Tempat melayani konsumen, dapat pula diartikan sebagai tempat untuk memajukan barang-barang dagangannya".

Teori Lokasi dari August Losch (dalam Sofa, 2008) "melihat persoalan dari sisi permintaan (pasar)". Losch mengatakan bahwa "lokasi penjual sangat berpengaruh terhadap jumlah konsumen yang dapat digarapnya. Makin jauh dari tempat penjual, konsumen makin enggan membeli karena biaya transportasi untuk mendatangi tempat penjual semakin mahal".

Menurut Fandy Tjiptono (2002:92) "Lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya." untuk pengamatan lokasi penelitian saya menggunakan Bandar udara Juanda internasional Surabaya.

1) Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Lokasi

Menurut Fandy Tjiptono (2002:92), pemilihan tempat atau lokasi fisik memerlukan pertimbangan yang cermat terhadap faktor-faktor berikut:

a) Terminal Bandar udara

Adalah pusat urusan penumpang yang datang atau pergi.

b) Curb

Adalah tempat penumpang naik-turun dari kendaraan darat kedalam bangunan terminal

c) Tempat Parkir Kendaraan

Adanya untuk parkir para penumpang dan pengantar atau penjemput.

2.1.4 Kepuasan penumpang

Menurut Philip Kotler (1997:36) Kepuasan Penumpang adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapannya. Swan, et al. (1980) dalam bukunya Fandy Tjiptono (2004) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai evaluasi secara sadar atau penilaian kognitif menyangkut apakah kinerja produk relatif bagus atau jelek atau apakah produk bersangkutan cocok atau tidak cocok dengan tujuan atau pemakaiannya.

Beberapa definisi kepuasan pelanggan, beberapa diantaranya adalah Ting et al., (2012) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan setelah pemakaiannya. Engel (2015) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil tidak memenuhi harapan pelanggan. Sedangkan Kotler (2007) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat keadaan perasaan seseorang yang merupakan hasil perbandingan antara penilaian kinerja atau hasil akhir produk dalam hubungannya dengan harapan pelanggan.

Menurut Kotler dan Keller (2007:177) dalam Atmay (2016) mengatakan kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Konsumen tidak akan memilih suatu sarana transportasi apabila keamanan saat menggunakan jasa tersebut

sangat minim sekali karena hal tersebut menyangkut keselamatan konsumen sendiri.

Pelanggan adalah orang yang menerima hasil pekerjaan seseorang atau organisasi, maka yang dapat menentukan kualitasnya seperti apa yang mereka dan mereka dapat menyampaikan apa dan bagaimana kebutuhan mereka. Setiap orang dalam perusahaan harus bekerja dengan pelanggan internal dan eksternal untuk menentukan kebutuhan mereka dan bekerja sama dengan pemasok internal dan eksternal (John , 2011).

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu kunci keberhasilan suatu usaha, hal ini dikarenakan dengan memuaskan pelanggan, perusahaan dapat meningkatkan pendapatan (profit) dan mendapatkan pangsa pasar yang lebih luas (Emmywati, 2016). Menurut Emmywati (2016) Kepuasan pelanggan dapat dibedakan atas tiga taraf, yaitu :

- (1) memenuhi kebutuhan dasar pelanggan.
- (2) memenuhi harapan pelanggan dengan cara yang dapat membuat mereka akan kembali lagi.
- (3) melakukan lebih daripada apa yang diharapkan pelanggan.

Konsumen akan memiliki harapan mengenai bagaimana produk tersebut seharusnya berfungsi. Harapan tersebut adalah standar kualitas yang akan dibandingkan dengan fungsi atau kualitas produk yang sesungguhnya dirasakan konsumen. Fungsi produk yang sesungguhnya dirasakan konsumen adalah persepsi konsumen terhadap kualitas produk tersebut. (Astutik, 2013).

Ada beberapa unsur penting dalam kualitas yang ditentukan pelanggan yaitu :

- a) Pelanggan harus merupakan prioritas utama organisasi. Kelangsungan hidup organisasi tergantung pelanggan.
- b) Pelanggan yang dapat diandalkan merupakan pelanggan yang telah melakukan pembelian berkali-kali (pembelian ulang) dari organisasi yang sama. Pelanggan yang puas dengan kualitas produk atau jasa yang

dibeli dari suatu organisasi menjadi pelanggan yang dapat diandalkan. Oleh karena itu kepuasan pelanggan sangat penting.

Kepuasan pelanggan dijamin dengan menghasilkan produk berkualitas tinggi. Kepuasan berimplikasi pada perbaikan terus-menerus sehingga kualitas harus diperbaharui setiap saat agar pelanggan tetap puas dan loyal. Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya (Umar, 2005:65). Engel, Roger & Miniard (1994) mengatakan bahwa kepuasan adalah evaluasi paska konsumsi untuk memilih beberapa alternatif dalam rangka memenuhi harapan. Band (dalam Nasution, 2005) mengatakan bahwa kepuasan tercapai ketika kualitas memenuhi dan melebihi harapan, keinginan dan kebutuhan konsumen. Sebaliknya, bila kualitas tidak memenuhi dan melebihi harapan, keinginan dan kebutuhan konsumen maka kepuasan tidak tercapai. Oliver (dalam Peter dan Olson, 1996) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah rangkuman kondisi psikologis yang dihasilkan ketika emosi yang mengelilingi harapan tidak cocok dan dilipat gandakan oleh perasaan-perasaan yang terbentuk mengenai pengalaman pengkonsumsian.

Gaspers (dalam Nasution, 2005) mengatakan bahwa kepuasan konsumen sangat bergantung kepada persepsi dan harapan konsumen. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi dan harapan konsumen antara lain :

- a. Kebutuhan dan keinginan yang berkaitan dengan hal-hal yang dirasakan konsumen ketika sedang mencoba melakukan transaksi dengan produsen produk.
- b. Pengalaman masa lalu ketika mengkonsumsi produk dari perusahaan maupun pesaing-pesaingnya.
- c. Pengalaman dari teman-teman.

Engel, Roger & Miniard (1994) mengatakan bahwa kepuasan adalah evaluasi paska konsumsi untuk memilih beberapa alternatif

dalam rangka memenuhi harapan. Band (dalam Nasution, 2005) mengatakan bahwa kepuasan tercapai ketika kualitas memenuhi dan melebihi harapan, keinginan dan kebutuhan konsumen. Sebaliknya bila kualitas tidak memenuhi dan melebihi harapan, keinginan dan kebutuhan konsumen maka kepuasan tidak tercapai. Konsumen yang tidak puas terhadap barang atau jasa yang dikonsumsi akan mencari perusahaan lain yang mampu menyediakan kebutuhannya.

Dari berbagai pendapat di atas dapat disimpulkan definisi kepuasan konsumen yaitu tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk yang dia rasakan dengan harapannya.

1) Komponen Kepuasan penumpang

Seperti yang telah dikemukakan di atas bahwa ada banyak pengertian kepuasan penumpang. Menurut Giese & Cote (2000) sekalipun banyak definisi kepuasan konsumen, namun secara umum tetap mengarah kepada tiga komponen utama, yaitu:

a. Respon : Tipe dan intensitas

Kepuasan konsumen merupakan respon emosional dan juga kognitif. Intensitas responnya mulai dari sangat puas dan menyukai produk sampai sikap yang apatis terhadap produk tertentu.

b. Fokus

Fokus pada performansi objek disesuaikan pada beberapa standar. Nilai standar ini secara langsung berhubungan dengan produk, konsumsi, keputusan berbelanja, penjual dan toko.

c. Waktu respon

Respon terjadi pada waktu tertentu, antara lain setelah konsumsi, setelah pemilihan produk atau jasa, berdasarkan pengalaman akumulatif. Durasi kepuasan mengarah kepada berapa lama respon kepuasan itu berakhir.

2) Elemen Kepuasan penumpang

Wilkie (1994) menyatakan bahwa terdapat 5 elemen dalam kepuasan penumpang/konsumen yaitu :

1. *Expectations*

Harapan konsumen terhadap suatu barang atau jasa telah dibentuk sebelum konsumen membeli barang atau jasa tersebut. Pada saat proses pembelian dilakukan, konsumen berharap bahwa barang atau jasa yang mereka terima sesuai dengan harapan, keinginan dan keyakinan mereka. Barang atau jasa yang sesuai dengan harapan konsumen akan menyebabkan konsumen merasa puas.

2. *Performance*

Pengalaman konsumen terhadap kinerja aktual barang atau jasa ketika digunakan tanpa dipengaruhi oleh harapan mereka. Ketika kinerja aktual barang atau jasa berhasil maka konsumen akan merasa puas.

3. *Comparison*

Hal ini dilakukan dengan membandingkan harapan kinerja barang atau jasa sebelum membeli dengan persepsi kinerja aktual barang atau jasa tersebut. Konsumen akan merasa puas ketika harapan sebelum pembelian sesuai atau melebihi persepsi mereka terhadap kinerja aktual produk.

4. *Confirmation atau disconfirmation*

Harapan konsumen dipengaruhi oleh pengalaman mereka terhadap penggunaan merek dari barang atau jasa yang berbeda dari orang lain. Confirmation terjadi bila harapan sesuai dengan kinerja aktual produk. sebaliknya disconfirmation terjadi ketika harapan lebih tinggi atau lebih rendah dari kinerja aktual produk. Konsumen akan merasa puas ketika terjadi confirmation / disconfirmation.

3) Pengukuran Kepuasan penumpang

Menurut Philip Kotler (1997:38) ada empat metode yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen yaitu :

a. Sistem keluhan dan saran

Untuk mengidentifikasi masalah maka perusahaan harus mengumpulkan informasi langsung dari konsumen dengan cara menyediakan kotak saran. Informasi yang terkumpul untuk memberikan masukan bagi perusahaan.

b. Survei kepuasan konsumen

Survei kepuasan konsumen dapat dilakukan dengan cara survei melalui pos surat, telephone, maupun wawancara pribadi. Dengan metode ini perusahaan dapat menciptakan komunikasi 2 arah dan menunjukkan perhatiannya kepada konsumen.

c. *Ghost Shopping*

Metode ini digunakan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan perusahaan pesaing dan membandingkannya dengan perusahaan yang bersangkutan.

d. Analisis kehilangan konsumen

Tingkat kehilangan konsumen menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan konsumennya. Perusahaan seharusnya menganalisa dan memahami mengapa konsumen tersebut berhenti mengkonsumsi produk kita. Menurut Fandy Tjiptono (1997:35), metode yang digunakan untuk mengukur kepuasan konsumen dapat dengan cara :

dapat dilakukan secara langsung dengan pertanyaan.

a. Responden diberi pertanyaan mengenai seberapa besar mereka mengharapkan suatu atribut tertentu dan seberapa besar yang dirasakan.

b. Responden diminta untuk menuliskan masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan dan juga diminta untuk menuliskan masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan

penawaran dari perusahaan dan juga diminta untuk menuliskan perbaikan yang mereka sarankan.

- c. Responden dapat diminta untuk meranking berbagai elemen dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen dan seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen.

2.2. Penelitian Terdahulu

Penelitian-penelitian terdahulu berfungsi sebagai acuan dan pendukung untuk melakukan penelitian ini. Penelitian-penelitian terdahulu yang digunakan sebagai acuan dan pendukung adalah penelitian dengan salah satu atau lebih variabel yang sama dengan penelitian ini Sujarweni (2015). Berikut adalah penelitian terdahulu yang dapat dijadikan bahan acuan bagi penelitian ini.

2.2.1. Rujukan Penelitian Johanes Gerardo, Sem Oroh, Rita Taroreh (2014)

Pada tabel 2.1 dijelaskan secara ringkas jurnal penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti. Variabel penelitian, teknik analisa serta hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel. 2.1

Rujukan untuk Variabel keamanan

Judul	Tempat pemeriksaan keamanan pertama terhadap implementasi keamanan penerbangan
Peneliti	Dian artanti, Arugusman, Ollipin jusnibilna, Agus Setiawan
Variabel yang diteliti	Variabel Independen: X1 : Keamanan Variabel Dependen: Y : Kepuasan penumpang
Teknis Analisis	Menggunakan metode jenis data kuantitatif
Hasil Penelitian	$Y=20,601+0,656X$. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keamanan berpengaruh positif terhadap

	kepuasan penumpang.
Hubungan dengan Penelitian ini	Variabel Keamanan dalam jurnal penelitian terdahulu digunakan sebagai rujukan untuk variabel kepuasan penumpang dalam penelitian ini.

Sumber: Jurnal yang dipublikasikan Dian DKK (2019)

Pada tabel 2.2 dijelaskan secara ringkas jurnal penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan. Variabel penelitian, teknik analisa serta hasil penelitian adalah sebagai berikut:

Tabel. 2.2
Rujukan untuk Variabel Fasilitas

Judul	Prinsip-prinsip manajeen pengelolaan bandar udara
Peneliti	Baiq Setiani, Volume 3 Nomor 1 Januari-Agustus 2015
Variabel yang diteliti	Variabel Independen: X1 : Fasilitas X2.1,X2.2,X2.3 Variabel Dependen: Y : Kepuasan Konsumen
Teknis Analisis	Studi pustaka dan Deskriptif eksploratif
Hasil Penelitian	1. Peran penting bandara, yaitu sebagai (a) simpul dalam jaringan transportasi udara, (b) pintu gerbang kegiatan perekonomian, (c) tempat kegiatan alih moda transportasi, (d) pembuka isolasi daerah, (e) penanganan bencana, dan (f) prasarana memperkuat kedaulatan negara. 2. Pengelolaan bandara perlu perencanaan dan komunikasi yang intens kepada masyarakat, pekerja, perusahaan-perusahaan industri penerbangan, dan kekuatan politik.

	3. Perbedaan antara bandar udara dengan pangkalan udara berada di (a) tujuan pembangunan, (b) tujuan bersama, (c) fasilitas pelayanan, (d) <i>restricted area</i> , (e) kegiatan operasional, dan (f) bawah kendali.
Hubungan dengan Penelitian ini	Variabel Fasilitas dalam jurnal penelitian terdahulu digunakan sebagai rujukan untuk variabel Fasilitas dalam penelitian ini.

Sumber: Jurnal yang dipublikasikan di *Goggle Scholar* (19 Februari 2019)

2.2.2. Rujukan Penelitian Jefry, Agus supandi, Sjendry serulo (2014)

Pada tabel 2.3 dijelaskan secara ringkas jurnal penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan. Variabel penelitian, teknik analisa serta hasil penelitian adalah sebagai berikut

Tabel 2.3
Rujukan untuk Variabel Lokasi

Judul	Pengaruh kualitas produk, harga, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada warung makan lamongan di kota manado
Peneliti	Jefry F.T. bailia, Agus Supandi Soegoto, Sjendry Serulo R. Loindong (2014) Vol.2 No. 3
Variabel yang diteliti	Variabel Independen: X3 : Lokasi Variabel Dependen: Y : Kepuasan Konsumen
Teknis Analisis	Model Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil Penelitian	Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini memberikan bukti bahwa pemilihan lokasi yang strategis dan mudah dijangkau merupakan factor penentu terhadap kepuasan konsumen
Hubungan dengan Penelitian ini	Variabel Lokasi dalam jurnal penelitian terdahulu digunakan sebagai rujukan untuk variabel Lokasi dalam penelitian ini.

Sumber: Jurnal yang dipublikasikan di *Goggle Scholar* (19 Februari 2019)

2.2.3. Rujukan Penelitian Saputra, Ade Anugrah (2018)

Pada tabel 2.4 dijelaskan secara ringkas jurnal penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan. Variabel penelitian, teknik analisa serta hasil penelitian adalah sebagai berikut:

Tabel 2.4

Rujukan untuk Variabel Kepuasan Penumpang

Judul	Analisis pengaruh kondisi fasilitas <i>Land side</i> terhadap kepuasan penumpang penerbangan di bandara uara internasional Amad Yani Semarang
Peneliti	Imaniar dea, <i>Jurnal Ground Handling Dirgantara Vol.3, No. 1, Juli 2016</i> 22
Variabel yang diteliti	Y : Kepuasan Penumpang Y1, Y2, Y3
Teknis Analisis	Metode Regresi Linier Berganda
Hasil Penelitian	Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis dan hasil analisis regresi linier sederhana maka penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut:

	<ol style="list-style-type: none"><li data-bbox="581 295 1367 891">1. Hasil perhitungan uji F pengaruh kondisi fasilitas sisi darat (land side) terhadap kepuasan penumpang Air Asia yaitu bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($5,307 > 4,043$), sedangkan nilai signifikansi atau probabilitasnya lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ ($0,026 < 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti bahwa variabel kondisi fasilitas sisi darat (land side) secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan penumpang Air Asia. Nilai koefisien determinasi (R square) sebesar 0,100 yang mampu memberikan kontribusi 10% terhadap kepuasan penumpang Air Asia.<li data-bbox="581 913 1367 1550">2. Hasil perhitungan uji F pengaruh kondisi fasilitas sisi darat (land side) terhadap kepuasan penumpang Garuda Indonesia yaitu bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($812,746 > 4,130$), sedangkan nilai signifikansi atau probabilitasnya lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ ($0,000 < 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti bahwa variabel kondisi fasilitas sisi darat (land side) secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan penumpang Garuda Indonesia. Nilai koefisien determinasi (R square) sebesar 0,960 yang mampu memberikan kontribusi sebesar 96% terhadap kepuasan penumpang Garuda Indonesia.<li data-bbox="581 1572 1367 2002">3. Hasil perhitungan uji F pengaruh kondisi fasilitas sisi darat (land side) terhadap kepuasan penumpang Citilink yaitu bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($27,132 > 4,195$), sedangkan nilai signifikansi atau probabilitasnya lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ ($0,000 < 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti bahwa variabel kondisi fasilitas sisi darat (land side) secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan penumpang Citilink. Nilai
--	---

	<p>koefisien determinasi (R square) sebesar 0,492 yang mampu memberikan kontribusi 49,2% terhadap kepuasan penumpang Citilink.</p> <p>4. Hasil perhitungan uji F pengaruh kondisi fasilitas sisi darat (land side) terhadap kepuasan penumpang Lion Air yaitu bahwa $F_{hitung} < F_{tabel}$ ($3,908 < 4,113$), sedangkan nilai signifikansi atau probabilitasnya lebih besar dari $\alpha = 0,05$ ($0,056 > 0,05$), maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang berarti bahwa variabel kondisi fasilitas sisi darat (land side) secara simultan atau bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan penumpang Lion Air. Nilai koefisien determinasi (R square) sebesar 0,098 yang hanya mampu memberikan kontribusi 9,8% terhadap kepuasan penumpang Lion Air.</p>
<p>Hubungan dengan Penelitian ini</p>	<p>Variabel Kepuasan Konsumen dalam jurnal penelitian terdahulu digunakan sebagai rujukan untuk variabel Kepuasan Konsumen penelitian ini.</p>

Sumber: Jurnal yang dipublikasikan di *Goggle Scholar* (19 Februari 2019)

2.2.4. Rujukan Penelitian Karina nadia , Nandi atmay (2016)

Pada tabel 2.5 dijelaskan secara ringkas jurnal penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan. Variabel penelitian, teknik analisa serta hasil penelitian adalah sebagai berikut:

Tabel 2.5
Rujukan untuk Variabel Kepuasan Penumpang

Judul	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Bus Rosalia Indah
Peneliti	Karina Nidia Nandi Atmay 2016
Variabel yang diteliti	Variabel Independen: 1. Faktor harga yang mempengaruhi kepuasan konsumen. 2. Kualitas Pelayanan 3. Fasilitas yang disediakan
Teknis Analisis	Deskriptif Kuantitatif dan Deskriptif Kualitatif
Hasil Penelitian	1. Kualitas Pelayanan.yang baik membuat kepuasan pada penumpang sehingga penumpang akan terus menggunakan lagi 2. Fasilitas yang lengkap akan membuat penumpang akan merasa nyaman dan puas terhadap apa yang diberikan kepada penumpang 3. Keamanan merasa terjamin keselamatan dan penumpang tidak harus takut selama berada di perjalanan sampai tujuan penumpang. 4. Harga yang relatif murah sehingga penumpang tidak terlalu mengeluarkan uang banyak untuk menggunakan transportasi .
Hubungan dengan Penelitian ini	Variabel kepuasan penumpang yang dikemukakan oleh Karina Nidia Nandi Atmay (2016) digunakan sebagai rujukan untuk penelitian ini

Sumber: Jurnal yang dipublikasikan di *Goggle Scholar* (19 Februari 2019)

Berdasarkan penelitian terdahulu terdapat perbedaan diantaranya adalah variabel penelitian dimana pada penelitian terdahulu terdapat tiga variabel independen dan satu dependen, penulis mengambil empat variabel independen yaitu kualitas

pelayanan, fasilitas, lokasi dan satu variabel dependen yaitu kepuasan konsumen. Terdapat perbedaan lain dari penelitian terdahulu dengan.

2.3. Hipotesis Penelitian

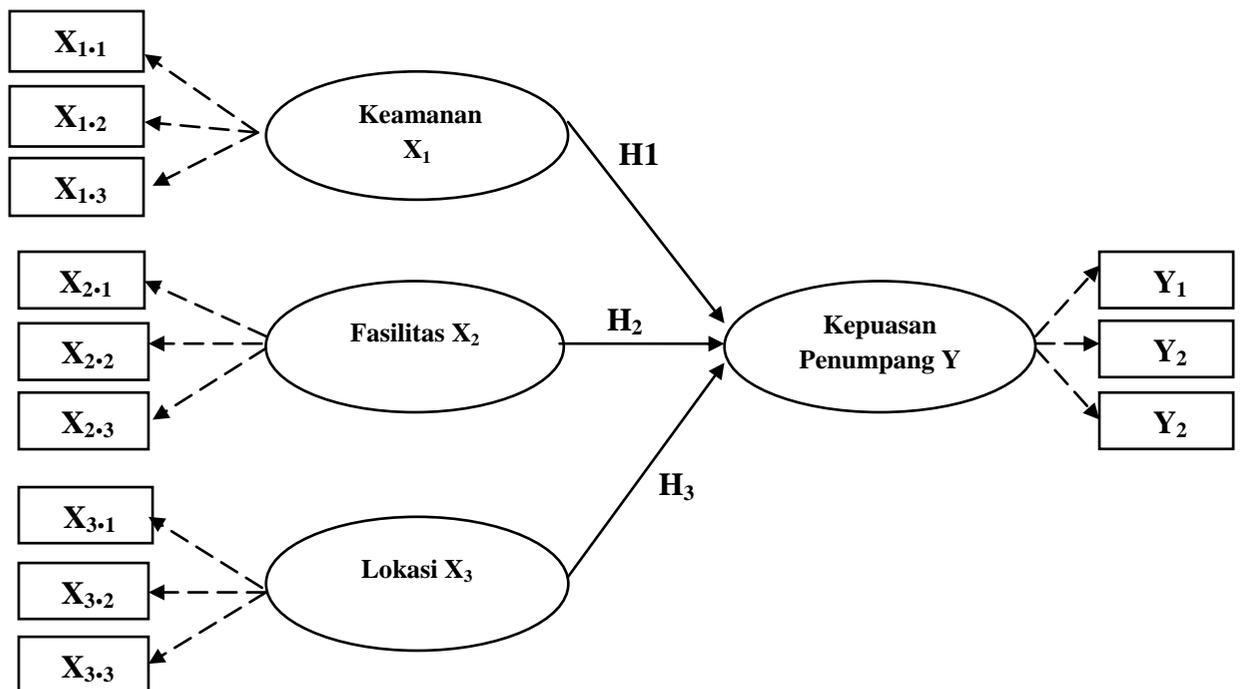
Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap tujuan penelitian yang diturunkan dari kerangka pemikiran yang telah dibuat. Hipotesis merupakan pernyataan *tentative* tentang hubungan antara beberapa dua variabel atau lebih. Sujarweni (2015).

Maka untuk memberikan angka pada penelitian yang dilakukan dan untuk memberikan jawaban sementara atas masalah yang dikemukakan di atas maka peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut:

- H₁: Diduga faktor keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Penumpang, pada Bandar Udara Juanda Surabaya.
- H₂: Diduga faktor fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, pada Bandar Udara Juanda Surabaya.
- H₃: Diduga faktor lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, pada Bandar Udara Juanda Surabaya.

2.3. Kerangka pemikiran

Berdasarkan teori yang telah diuraikan sebelumnya dan hasil penelitian terdahulu, maka variabel yang dipakai dalam penelitian ini adalah Pengawasan, Fasilitas, Lokasi dan Kepuasan Konsumen. Sehingga kerangka penelitian ini dapat digambarkan seperti gambar 2.3.



Gambar 2.4
Kerangka Pemikiran

Keterangan:

□ : Indikator

→ : Pengaruh

○ : Variabel

- - - - -> : Pengukur

Variabel dan Indikator yang dikembangkan dalam penelitian ini meliputi:

X1 : Keamanan

- X_{1.1} : keselamatan penumpang
- X_{1.2} : Proses pemeriksaan di bandara
- X_{1.3} : Tindakan petugas

X2 : Fasilitas

- X_{2.1} : Unit Penanggulangan kecelakaan
- X_{2.2} : Ruang tunggu
- X_{2.3} : Disabilitas

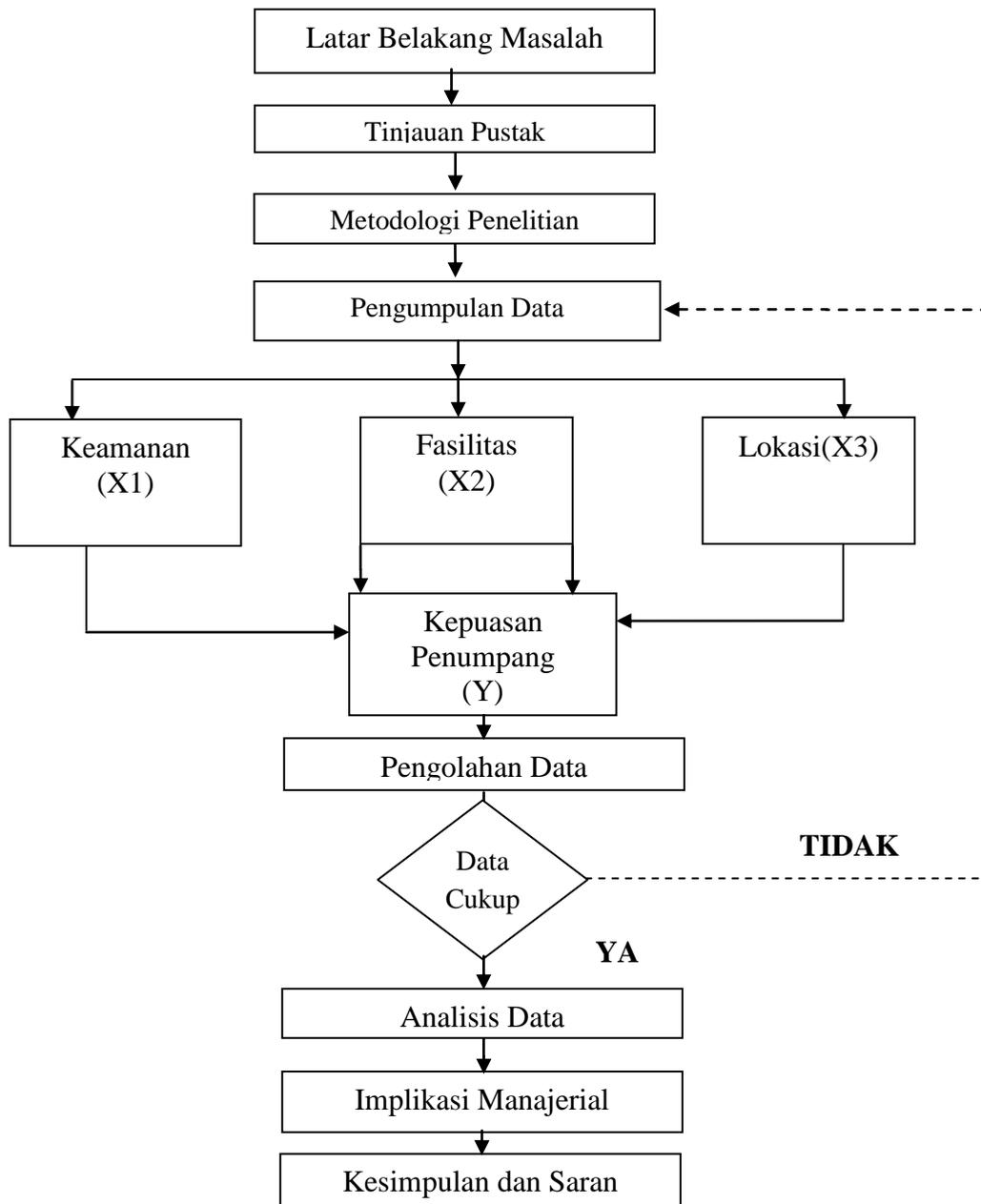
X3 : Lokasi

- X_{3.1} : Terminal Bandar Udara
- X_{3.2} : Curb
- X_{3.3} : Tempat parkir

Y : Kepuasan Penumpang

- Y₁ : Reability (keandalan) pelayanan yang dijanjikan dengan akurat.
- Y₂ : Responsiveness (daya tanggap) memberikan pelayanan cepat.
- Y₃ :Tangible (kasat mata) apresiasi terhadap fasilitas penumpang.

2.5 Alur Penelitian



Gambar 2.1 Alur Penelitian