



# Pengaruh On Time Performance Terhadap Minat Beli Ulang Pada Maskapai Citilink Di Bandar Udara Internasional Husein Sastranegara Bandung

Difa Ardhiansyah Alfian

Sekolah Tinggi Teknologi Kedirgantaraan Yogyakarta

Email: [difaardhiansyah@gmail.com](mailto:difaardhiansyah@gmail.com)

## Abstract.

*Air transport, including technology that can move a person from one place to another, is essentially air travel. Ownership of aircraft for passengers is usually owned by the airline. Airlines are companies that sell transportation services using air type transportation. In the world of aviation, On Time Performance is an element that can result in consumer loyalty to a service product. Passenger satisfaction is key to building profitable relationships with consumers, to retain and grow and accumulate passenger lifetime value.*

*This research was conducted on August 1 – August 31, 2022, at Citilink airline at Husein Sastranegara International Airport Bandung. The type of research used in this study is descriptive research using a quantitative approach. The population used was Citilink Airlines passengers at Husein Sastranegara International Airport Bandung with a sample taken as many as 85 respondents. data were obtained through questionnaires and processed using Simple Linear Regression Analysis.*

*The results of data processing show a positive influence between On Time Performance on Repurchase Interest in Citilink Airlines at Husein Sastranegara International Airport Bandung with a correlation coefficient of 0.821 with a guarantee coefficient (Koef. Determination) of 67.4%.*

**Keywords:** *Influence, On Time Performance, Repurchase Interest, Citilink, Husein Sastranegara International Airport Bandung.*

## Abstrak.

Transportasi udara, termasuk teknologi yang mampu mengalihkan seseorang dari suatu tempat menuju tempat lainnya, pada hakekatnya ialah perjalanan udara. Kepemilikan pesawat untuk penumpang biasanya dimiliki oleh maskapai. Maskapai penerbangan ialah perusahaan yang memasarkan jasa pada bidang transportasi dengan mengaplikasikan transportasi jenis udara. Pada dunia penerbangan, *On Time Performance* menjadi salah satu instrumen yang mampu menimbulkan loyalitas konsumen atas sebuah produk jasa. Sehingga, rasa puas yang diterima oleh penumpang menjadi kunci dalam membangun relasi yang menguntungkan dengan konsumen, demi mempertahankan serta menumbuhkan dan menghimpun nilai seumur hidup penumpang.

Penelitian ini dilakukan pada tanggal 1 Agustus – 31 Agustus 2022, melalui maskapai Citilink di Bandar Udara Internasional Husein Sastranegara Bandung. Jenis penelitian yang diterapkan didalam penelitian ini ialah penelitian deskriptif dengan menerapkan pendekatan kuantitatif. Populasi yang digunakan ialah penumpang Maskapai Citilink di Bandar Udara Internasional Husein Sastranegara Bandung dengan

---

Received Juli 25, 2023; Revised Agustus 2, 2023; September 2, 2023

\*Corresponding author, e-mail address

menghimpun sampel sejumlah 85 responden. Kemudian, pemerolehan datanya dihimpun melalui kuesioner dan diolah dengan menerapkan Analisis Regresi Linier Sederhana.

Hasil pengolahan data mengindikasikan adanya pengaruh positif yang terdapat pada *On Time Performance* atas Minat Beli Ulang pada Maskapai Citilink di Bandar Udara Internasional Husein Sastranegara Bandung dengan koefisien korelasi senilai 0,821 dengan koefisien jaminan (Koef. Determinasi) senilai 67,4%.

**Kata kunci:** Pengaruh, *On Time Performance*, Minat Beli Ulang, Citilink, Bandar Udara Internasional Husein Sastranegara Bandung.

## LATAR BELAKANG

Alat transportasi ialah moda dengan urgensi yang sangat penting bagi aktivitas manusia, terlebih pada masa teknologi yang kian mengalami perkembangan. Transportasi sendiri pada umumnya dikategorikan menjadi 3 jenis yakni, transportasi udara, laut dan darat. Transportasi udara, termasuk teknologi yang mampu mengalihkan seseorang dari suatu tempat menuju tempat lainnya, dimana hakekatnya ialah perjalanan udara. Transportasi jenis demikian dapat diterbangkan dengan jarak yang dekat dan mampu untuk mendarat diberagam lokasi dengan cukup mudah. Adapun yang termasuk jenis ini ialah kendaraan seperti jet pribadi dan helikopter. Sedangkan, kepemilikan pesawat untuk mengangkut penumpang dimiliki oleh maskapai. Maskapai penerbangan ialah perusahaan yang memasarkan jasa transportasi dengan memanfaatkan transportasi jenis udara.

Pada periode 2016, trafik dari penumpang perseroan secara menyeluruh mengalami peningkatan sejumlah 6,19% apabila dibandingkan dengan periode-periode sebelumnya, hal demikian diakibatkan oleh beragam faktor, salah satunya ialah *On Time Performance*. Pada dunia penerbangan, *On Time Performance* menjadi salah satu instrumen yang mampu menyebabkan loyalitas konsumen atas produk jasa. Apabila maskapai mengalami keterlambatan, maka hal demikian dapat menjadi salah satu penyebab dari ambisi penumpang untuk tidak lagi memakai maskapai tersebut. Dalam perspektif Suzuki (2014) menegaskan bahwasannya *On Time Performance* mampu memberikan sumbangsih atas market share pada sebuah maskapai penerbangan dan dalam pandangan Prince dan Simon (2014), rivalitas dari maskapai baru acap kali mengakibatkan kinerja *On Time Performance* maskapai lama mengalami penurunan sebab maskapai lama mampu mengalihkan beberapa aspek demi melakukan persaingan

dengan maskapai baru, sehingga kinerja *On Time Performance* maskapai lama mengalami penurunan.

Faktor waktu juga mempunyai dampak yang cukup urgen keberadaannya pada dunia penerbangan dan menjadi salah satu instrument yang sangat penting. Masyarakat mengaplikasikan faktor waktu demi memilah maskapai seperti apa yang hendak dipakai sebagai sarana transportasi. Sehingga, *On Time Performance* (OTP) menjadi salah satu parameter dari performa maskapai penerbangan. Selain itu, nilai OTP mempunyai sumbangsih kepada minat dari pengguna jasa transportasi udara atas afinitasnya dalam memakai kembali maskapai tersebut.

Kepuasan penumpang ialah salah satu kunci dalam menciptakan relasi yang menguntungkan dengan konsumen, demi mempertahankan, menumbuhkan dan menghimpun nilai seumur hidup penumpang. Dalam perspektif Kotler dan Keller (2017), rasa puas konsumen ialah perasaan yang timbul setelah melakukan perbandingan diantara persepsi maupun kesan atas kinerja atau hasil yang berupa rasa senang atau kecewa. Pada penelitian yang dilaksanakan oleh Wandira (2015), mengindikasikan bahwasannya rasa puas dari penumpang secara signifikan memiliki kontribusi atas minat pembelian ulang. Sebagaimana pemaparan yang telah dipaparkan, maka penulis tertarik untuk mengambil judul “Pengaruh On Time Performance Terhadap Minat Beli Ulang Maskapai Penerbangan Citilink Di Bandar Udara Internasional Husein Sastranegara Bandung”.

## **KAJIAN TEORITIS**

### **Pengertian *On Time Performance***

*On Time Performance* (OTP) menurut Soemohadiwidjoyo (2017), merupakan ukuran yang menunjukkan kemampuan sarana transportasi untuk tiba tepat waktu di tujuan. Berbicara mengenai *On Time Performance* tidak dapat terlepas dengan istilah *delay* atau keterlambatan. Definisi keterlambatan menurut Undang-Undang Nomor 1 tentang Penerbangan adalah terjadinya perbedaan waktu antara waktu keberangkatan atau kedatangan yang dijadwalkan dengan realisasi waktu keberangkatan atau kedatangan.

### **Minat Beli Ulang**

Pengertian minat beli ulang menurut Peter dan Olson (2014:289) adalah kegiatan pembelian yang dilakukan lebih dari satu kali atau beberapa kali. Kepuasan yang diperoleh seorang penumpang, dapat mendorong seseorang untuk melakukan pembelian

ulang. Minat beli ulang merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan penumpang untuk melakukan pembelian ulang (Kotler dan Keller, 2016).

### **Bandar Udara**

Bandara atau bandar udara yang juga populer disebut dengan istilah airport merupakan sebuah fasilitas di mana pesawat terbang seperti pesawat udara dan helikopter dapat lepas landas dan mendarat. Suatu bandar udara yang paling sederhana minimal memiliki sebuah landasan pacu atau helipad (untuk pendaratan helikopter), sedangkan untuk bandara-bandara besar biasanya dilengkapi berbagai fasilitas lain, baik untuk operator layanan penerbangan maupun bagi penggunanya seperti bangunan terminal dan hanggar. Menurut *Annex 14* dari ICAO (*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.

### **Ramp Handling**

*Ramp handling* merupakan satuan unit yang bertugas sebagai coordinator dalam pelaksanaan *handling* pesawat (ramp dispatcher) di apron mulai dari pesawat *blok on* sampai pesawat *blok off*. Tanggung jawab setiap petugas *ramp dispatcher* adalah mengawasi dan mengkoordinasikan segala aktifitas di area *ramp* yang berkaitan dengan keberangkatan maupun kedatangan pesawat.

### **Sejarah Citilink**

PT Citilink Indonesia berdiri berdasarkan Akta No. 01 tanggal 6 Januari 2009 di Jakarta dengan notaris Arikanti Natakusumah, S.H yang kemudian disahkan dalam surat keputusan nomor AHU-1455AH.01.01 Tahun 2009 tanggal 22 April 2009 oleh Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia.

PT Citilink Indonesia merupakan anak perusahaan dari Garuda Indonesia yang didirikan pada tahun 2009 sebagai Unit Bisnis Strategis dan menjadi salah satu opsi maskapai penerbangan bertarif rendah (LCC) di Indonesia. Setelah memperoleh AOC (*Air Operator Certificate*) pada tanggal 30 Juli 2012, maskapai Citilink resmi beroperasi

sebagai entitas bisnis terpisah dari Garuda Indonesia. Sesuai dengan Akta No. 23 tanggal 13 Januari 2012 mengenai perubahan setoran permodalan, dan Akta No. 91 tanggal 10 Agustus 2012 mengenai penyertaan tambahan modal berupa pesawat terbang, maka kepemilikan saham Citilink adalah 94,3% milik Garuda Indonesia dan 5,7% milik PT Aero Wisata. Izin usaha penerbangan SIUAU/NB-027 pada tanggal 27 Januari 2012 dan sertifikat penerbangan AOC 121-046 pada tanggal 22 Juni 2012.

## **METODE PENELITIAN**

Ruang lingkup penelitian ini mencakup Ilmu Manajemen Transportasi Udara. Penelitian ini dilakukan pada bulan Agustus 2022 dan bertempat di wilayah Bandar Udara Internasional Husein Sastranegara Bandung. Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif dengan menerapkan pendekatan kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah penumpang Citilink di Bandar Udara Internasional Husein Sastranegara Bandung. Besar sampel dalam penelitian ini diambil menggunakan rumus *Slovin* dengan sampel yang diambil sebanyak 85 sampel. Pengumpulan data diambil dengan cara menyebarkan kuesioner melalui gform kepada responden dengan analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Regresi Linear Sederhana dengan menggunakan Uji Signifikansi dengan Uji T dan Uji Determinasi.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dalam pengujian deskripsi data ini peneliti mencoba untuk mengetahui gambaran atau kondisi responden yang menjadi sampel, dalam penelitian ini dari pengumpulan data kuesioner hasil jawaban responden. Dengan jumlah sampel 85 orang penumpang pada Maskapai Citilink di Bandar Udara International Husein Sastranegara Bandung, pengujian ini dilakukan dengan menggunakan bantuan SPSS 25.0.

### **1. Deskripsi Karakteristik Responden**

Sebagaimana hasil dari pengujian data kuesioner bersama uji frekuensi, ditemukan hasil representatif didalam kuesioner, yakni ciri khas responden yang menjadi sampel didalam peneliti ini yakni, usia, jenis kelamin, pekerjaan, serta penghasilan. Hasil pengolahan data melalui uji frekuensi disajikan kedalam tabel berikut:

**Tabel 4. 1 Distribusi karakteristik responden**

No	Variabel	Frekuensi	Persentase (%)
1.	<b>Usia</b>		
	Remaja Akhir (17-25)	35	41,2
	Dewasa Awal (26-35)	22	25,9
	Dewasa Akhir (36-45)	8	9,4
	Lansia Awal (46-55)	14	16,5
	Lansia Akhir (56-65)	6	7,1
	<b>Total</b>	<b>85</b>	<b>100</b>
2.	<b>Jenis Kelamin</b>		
	Laki - Laki	51	60,0
	Perempuan	34	40,0
	<b>Total</b>	<b>85</b>	<b>100</b>
3.	<b>Pekerjaan</b>		
	Mahasiswa	22	25.9
	Wiraswasta	18	21.2
	BUMN	1	1.2
	Wirausaha	4	4.7
	PNS	16	18.8
	Lainnya	24	28.2
	<b>Total</b>	<b>85</b>	<b>100</b>
4.	<b>Penghasilan</b>		
	<Rp. 1.000.000	23	27.1
	Rp.1.000.001 - Rp. 3.000.000	24	28.2
	Rp. 3.000.001 - Rp. 6.000.000	21	24.7
	≥Rp. 6.000.001	17	20.0
	<b>Total</b>	<b>85</b>	<b>100</b>

Sebagaimana tabel 4.1 diatas diperoleh informasi bahwasannya dari 85 responden yang digunakan untuk penelitian, sebagaimana usia responden yang termasuk kedalam remaja akhir sejumlah 35 responden atau senilai (41,2%), dewasa awal sejumlah 22 responden atau senilai (25,9%), dewasa akhir sejumlah 8 responden atau senilai (9,4%), lansia awal sejumlah 14 responden atau senilai (16,5%), lansia akhir sejumlah 6 responden atau senilai (7,1%). Sebagaimana jenis kelamin responden laki-laki sejumlah 51 responden atau senilai (60,0%), perempuan sejumlah 34 responden atau senilai (40,0%). Sebagaimana pekerjaan responden mahasiswa sejumlah 22 responden atau senilai (25,9%), wiraswasta sejumlah 18 responden atau senilai (21,2%), BUMN sejumlah 1 responden atau senilai (1,2%), wirausaha sejumlah 4 responden atau senilai (4,7%), PNS sejumlah 16 responden

atau senilai (18,8%), lainnya sejumlah 24 responden atau senilai (28,2%). Sebagaimana penghasilan <Rp. 1.000.000 sejumlah 23 responden atau senilai (27,1%), Rp. 1.000.001 – Rp. 3.000.000 sejumlah 24 responden atau senilai (28,2%), Rp.3.000.001 – Rp. 6.000.000 sejumlah 21 responden atau senilai (24,7%), ≥Rp. 6.000.001 sejumlah 17 responden atau senilai (20,0%).

## 2. Analisis Data

Penelitian ini ditunjukkan demi menemukan bagaimana dampak *On Time Performance* atas minat beli ulang pada maskapai Citilink di Bandar Udara Internasional Husein Sastranegara Bandung serta menemukan seberapa besar dampak *On Time Performance* atas minat beli ulang pada maskapai Citilink di Bandar Udara Internasional Husein Sastranegara Bandung. Data penelitiannya pun tersusun melalui dua variabel yakni, variabel *On Time Performance* (X) serta variabel minat beli ulang (Y), yang nantinya dilakukan olah data statistik menggunakan SPSS dengan kalkulasi analisa regresi linier sederhana. Sebagaimana hasil penelitian yang didapatkan, maka hasilnya akan dipaparkan sebagai berikut :

### a. Uji Regresi Linier Sederhana

Uji regresi linier sederhana didalam penelitian ini diuji lewat IBM SPSS 25 for Windows. Adapun hasil pengujiannya ialah:

**Tabel 4. 2 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana Coefficients**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std.Error	Beta		
(Constant)	6.891	2.246		3.067	0,003
On Time Performance	0,831	0,063	0,821	13.120	0,000

*Sumber : Data diolah peneliti, 2023*

Hasil dari pengujian regresi linier didalam tabel *coefficients* menunjukkan bahwasannya model dari persamaan regresi linier sederhana dalam memperkirakan dampak *On Time Performance* atas minat beli ulang pada maskapai Citilink di Bandar Udara Internasional Husein Sastranegara Bandung ialah:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 6.891 + 0.831X$$

Dari persamaan tersebut bisa disimpulkan bahwa :

- Konstanta senilai 6,891 mempunyai makna bahwasannya nilai dari konsistensi variabel minat beli ulang senilai 6,891.
- Koefisien regresi X senilai 0,831 memiliki makna bahwa variabel independent (*On Time Performance*) merepresentasikan haluan impak diantara variabel X dengan Y ialah positif atau searah, dimana tiap kenaikan satuan variabel *On Time Performance* akan menyebabkan kenaikan minat beli ulang senilai 0,831.

Akibat dari nilai koefisien regresi bernilai (+), maka bisa dikatakan bahwasannya *On Time Performance* berimpak positif terhadap atas beli ulang.

**Tabel 4. 3 Regresi Linier Sederhana Correlation**

		On Time Performanc e	Minat Beli Ulang
On Time Performanc e	Pearson Correlation	1	0,821**
	Sig. (2-tailed)		0,000
	N	85	85
Minat Beli Ulang	Pearson Correlation	0,821**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	
	N	85	85

Sumber : Data diolah peneliti, 2023

Tabel korelasi tersebut mengindikasikan sejumlah 85 responden menghasilkan nilai korelasi senilai 0,821 (korelasi sangat kuat) yang memiliki makna bahwa adanya impak yang sangat kuat antara *On Time Performance* atas minat beli ulang.

**Tabel 4. 4 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana Summary**

Model	R	R.Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
-------	---	----------	-------------------	----------------------------



1	0,821 <sup>a</sup>	0,674	0,671	2.91614
---	--------------------	-------	-------	---------

Sumber : Data diolah peneliti, 2023

Sebagaimana tabel tersebut bahwasannya besar nilai korelasi atau R yaitu 0.821, dengan koefisien determinasi atau R square senilai 0,674 yang mengartikan bahwasannya dampak *On Time Performance* atas minat beli ulang ialah 67,4%.

**Tabel 4. 5 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana ANOVA**

Model	Sum of Square	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1463.756	1	1463.756	172.128	0,000 <sup>b</sup>
Residual	705.821	83	8.504		
Total	2169.576	84			

Sumber : Data diolah peneliti, 2023

Tabel uji signifikansi tersebut diimplementasikan demi menyuguhkan ketentuan atas taraf signifikansi atau linieritas melalui regresi. Adapun kategori tersebut bisa diputuskan setelah uji nilai signifikansi (Sig.) didapatkan apabila nilai Sig < 0,05. Sebagaimana pemaparan table tersebut, didapatkan nilai Sig. 0,000, sehingga Sig.<0,05. Dengan demikian, model persamaan regresi didalam data penelitian menjadi signifikan atau model persamaan regresi selaras dengan kriteria.

**b. Uji T**

**Tabel 4. 6 Hasil Uji T**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std.Error	Beta		
(Constant)	6.891	2.246		3.067	0,003
On Time Performance	0,831	0,063	0,821	13.120	0,000

Sumber : Data diolah peneliti, 2023

Hasil Uji T tersebut diimplikasikan demi mengkomparasikan nilai dari  $t_{hitung}$  dengan t tabel. Oleh karena itu dapat dianalisis dari beberapa poin yakni:

**a. Perumusan Hipotesis**

H0 : Tidak ditemukan dampak *On Time Performance* atas minat beli ulang Maskapai Citilink di Bandar Udara Internasional Husein Sastranegara Bandung.

H1 : Ditemukan dampak *On Time Performance* atas minat beli ulang Maskapai Citilink di Bandar Udara Internasional Husein Sastranegara Bandung.

b. Penetapan Kriteria

Besaran nilai  $t_{tabel}$  pada taraf signifikan 5% db = 83 (db = N – 2, untuk N= 85) yaitu 1.663

c. Hasil  $t_{hitung}$

Hasil  $t_{hitung}$  dihasilkan dengan menerapkan SPSS 25.0 dengan angka 13.120.

d. Pengambilan Keputusan

Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka H0 ditolak kemudian H1 diterima, maknanya ditemukan dampak *On Time Performance* atas minat beli ulang Maskapai Citilink di Bandar Udara Internasional Husein Sastranegara Bandung.

e. Kesimpulan

Sehingga dapat disimpulkan sebagaimana hasil pengujian kemudian beberapa data statistik diatas yang sudah disajikan, bisa ditarik kesimpulan bahwasannya *On Time Performance* berimplikasi signifikan terhadap minat beli ulang Maskapai di Bandar Udara Internasional Husein Sastranegara Bandung.

c. Uji Determinasi

**Tabel 4. 7 Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model	R	R.Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,821 <sup>a</sup>	0,674	0,671	2.91614

Sumber : Data diolah peneliti, 2023

Sebagaimana tabel tersebut, mengindikasikan bahwasannya koefisien korelasi ditemukan senilai 0,821. Demi menemukan sebesar apa dampak dari variabel X (*On Time Performance*) atas variabel Y (minat beli ulang), maka dilaksanakan kalkulasi sebagai berikut:

$$KD = (R^2) \times 100\%$$

$$= (0,821)^2 \times 100\%$$

$$= 0,674 \times 100\%$$

$$= 67,4 \%$$

Sebagaimana hasil kalkulasi tersebut, maka didapatkan bahwasannya dampak *On Time Performance* atas minat beli ulang ialah senilai 67,4% dan selebihnya 32,6% diimpaki oleh latar belakang lain.

### **3. Pembahasan**

#### **a. Pengaruh *On Time Performance* terhadap Minat Beli Ulang pada Maskapai Citilink di Bandar Udara Internasional Husein Sastra Negara Bandung**

Dalam perspektif Hellier et.al., (2003) pada Albar (2017), Keputusan konsumen ketika membeli barang atau jasa yang sama seperti yang telah mereka lakukan sebelumnya dari perusahaan yang sama, mengeluarkan biaya, serta dilakukan secara berkala, dikenal sebagai minat beli ulang.

Dalam perspektif Ferdinand (2002) pada Dortina (2017) minat beli ulang bisa dikategorikan berdasarkan indikator berikut :

- a) Minat traksional, yaitu kemungkinan individu dalam membeli produk lagi.
- b) Minat referensial, yaitu kemungkinan dalam menganjurkan produk yang telah dibelinya.
- c) Minat prefensial, yakni sikap preferensi yang menjadi prioritas atas produk yang sudah mereka konsumsi, preferensi tersebut hanya bisa diubah apabila terjadi sesuatu dengan produk yang direkomendasikannya.
- d) Minat eksplorasi, yakni minat menggali informasi terkait produk yang diinginkannya.

Sebagaimana hasil pengolahan data yang sudah dilaksanakan, maka peneliti bisa menarik kesimpulan yakni, ketika mengimplikasikan hasil dari analisis data dengan menerapkan uji regresi linier sederhana, bisa disimpulkan bahwasannya kinerja *On Time Performance* mempunyai dampak atas minat beli

ulang pada maskapai Citilink. Adapun hasil analisa mengindikasikan bahwasannya tabel korelasi (r) senilai 0,821 mempunyai interpretasi korelasi yang sangat kuat dan mengindikasikan bahwasannya kinerja *On Time Performance* mempunyai impak atas minat beli ulang pada maskapai Citilink di Bandar Udara Internasional Sastranegara Bandung.

Sebagaimana hasil analisa tabel koefisien, nilai koefisien regresi X senilai 0,831 merepresenntasikan *On Time Performance* dengan minat beli ulang memiliki arah yang positif atau searah, maknanya ketika *On Time Performance* kian mengalami peningkatan, maka minat beli ulang akan kian mengalami peningkatan juga. Sebagaimana hasil penelitian yang sudah dilaksanakan oleh Laurensia (2016), latar belakang penentu yang menyuguhkan pengaruh minat pembelian ulang ada enam latar belakang, salah satunya ialah mutu pelayanan. Sebagaimana hipotesis berikut, konsumen akan membeli ulang jasa maskapai penerbangan Citilink akibat dari mutu ketepatan waktu yang sudah mereka alami sebelumnya. Sehingga, pengalaman tersebut memicu mereka untuk kembali membeli produk Citilink.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Dortina, dkk., (2017) dengan judul penelitian Pengaruh *On Time Performance* terhadap minat beli ulang pada PT. Gapura Indonesia (PERSERO) TBK dengan hasil penelitian terdapat impak senilai 32% antara *On Time Performance* dengan minat beli ulang dan memiliki korelasi yang positif atau searah.

#### **b. Besar Pengaruh *On Time Performance* terhadap Minat Beli Ulang pada Maskapai Citilink di Bandar Udara Internasional Husein Sastra Negara Bandung**

Latar belakang yang turut berkontribusi dalam minat beli ulang menurut hasil penelitian Laurensia (2016) menjelaskan latar belakang penentu yang turut berkontribusi dalam minat pembelian ulang terdiri enam faktor, yakni kepuasan pelanggan, mutu pelayanan, prefensi merek, mutu produk, nilai yang dirakan (*perceived value*) serta harga, setiap faktor dipaparkan sebagai berikut :

a. Kepuasan pelanggan

Rasa puas pelanggan bisa membantu terciptanya pelanggan yang setia. Efek dari loyalitas ini termasuk kecondongan dalam pembelian ulang produk, menyuguhkan rekomendasi kepada individu lain, serta mengindikasikan keinginan untuk terlibat dengan individu lain di masa mendatang.

b. Kualitas layanan

Mutu pelayanan pada perspektif Ahmadi (2013) dalam Laurensia (2016) ialah capaian dari apapun yang sudah didapatkan secara riil oleh pelanggan serta bagaimana metode pelayanan tersebut diutarakan kepadanya. Lazimnya, mutu pelayanan yang baik akan berimplikasi kepada kepuasan konsumen kemudian menghasilkan pembelian secara berulang dengan intensitas waktu yang semakin sering.

c. Preferensi merek

Halin, Dharmayati, & Brahmana (2014) dalam Laurensia (2016) memaparkan preferensi merek sebagai kecondongan konsumen dalam melakukan pembelian produk dari suatu merek tertentu sebab tertarik pada merek tersebut apabila dibandingkan dengan merek yang lainnya.

d. Kualitas produk

Ryuy, et al. dalam Laurensia (2016) mengatakan bahwasannya mutu produk ialah ciri khas produk yang bisa diterima konsumen, sehingga sangat realitis untuk memaparkan bahwasannya terdapat korelasi diantara mutu produk dan nilai yang didapatkan oleh konsumen.

e. Perceived value

Dalam perspektif Zeithaml pada Laurensia (2016) hanya pelanggan yang bisa menyuguhkan ketentuan atas nilai yang bisa dirasakan oleh pelanggan dari pengalaman jasa atau barang yang mereka pakai, nilai tersebut dinilai sebagai hasil yang dirasakan oleh pelanggan ketika mengkomparasikan antara manfaat dengan pengorbanan sepadan atau tidak dengan biaya yang dikeluarkan.

## f. Harga

Sumarwi bersama Myasari pada Laurensia (2016) mengemukakan bahwasannya mutu produk yang baik dan jangkauan harga yang tepat bisa membuat pelanggan puas dengan produk sebelumnya kemudian bisa menarik pelanggan baru untuk berdatangan, sehingga pelanggan baru dapat diperkirakan untuk menjadi pelanggan yang loyal.

Sebagaimana hal tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa Minat Beli Ulang dapat dipengaruhi oleh faktor – faktor diatas salah satunya ialah kualitas layanan, *On Time Performance* merupakan salah satu dari bagian kualitas layanan. Hal demikian bisa dibuktikan lewat hasil uji hipotesis yakni uji t bersama hasil pengujian t hitung senilai 13.120, sedangkan t tabel ialah 1.662 pada taraf dignifikansi 0,05 yang mengindikasikan bahwasannya hipotesis H0 ditolak dan H1 diterima. Dengan demikian, minat beli ulang bisa dipengaruhi oleh *On Time Performance*.

Kemudian melalui hasil uji hipotesis yang mengimplementasikan uji koefisien determinasi i mengindikasikan bahwasannya nilai R senilai 0,821 bersama hasil kalkulasi nilai koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) senilai 0,674. Kemudian, apabila dikonversikan kedalam persentase menjadi 67,4%. Nilai tersebut menyuguhkan representatif bahwasannya variabel bebas (*On Time Performance*) berimpak senilai 67,4% atas variabel terikat (minat beli ulang) kemudian sisanya 33,6% diimpaki oleh latar belakang lainnya.

Sejalan dengan Tesis Puspitasari (2006) dalam Dortina (2017) menyebutkan bahwasannya rasa puas pelanggan berimpak positif pada minat beli ulang, sehingga rasa puas pelanggan bisa ditaksir dengan metric, seperti keselarasan diantara harapan, persepsi kinerja, ataupun penilain pelanggan. Experience sebelumnya bersama dengan aspek pelayanan pun menjadi sesuatu yang urgen dalam memutuskan apakah layanan tersebut bisa menyesuaikan kebutuhan pelanggan secara menyeluruh atau tidak. Adapun variabel keselarasan diantara harapan mencakup kinerja waktu dan ekspektasi pelanggan pada jam penerbangan yang selaras dengan jadwal.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan penulis mengenai Pengaruh *On Time Performance* terhadap minat beli ulang pada Maskapai Citilink di Bandar Udara Internasional Husein Sastranegara Bandung dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *On Time Performance* atas minat beli ulang pada Maskapai Citilink di Bandar Udara Internasional Husein Sastranegara Bandung, dengan nilai koefisien regresi 0,831 yang bernilai positif atau searah dan besar dari pengaruh *On Time Performance* atas minat beli ulang senilai 67,4% (koefisien determinasi) dengan nilai koefisien korelasi 0,821 yang termasuk kedalam kriteria sangat kuat.

Sebagaimana pada penelitian ini diketahui bahwa *On Time Performance* sangat berimpak terhadap minat beli ulang pada maskapai Citilink di Bandar Udara Internasional Husein Sastranegara Bandung. Dengan demikian, diharapkan kepada pihak maskapai agar selalu menyuguhkan perhatian atas *On Time Performance* maskapai Citilink. Untuk peneliti selanjutnya, diharapkan agar bisa menyuguhkan pengembangan kedalam penelitian ini dengan variasi atas variabel dengan menelaah latar belakang apapun yang bisa memberikan kontribusi atas minat beli ulang.

## **DAFTAR REFERENSI**

- Wahyuda, D. V. (2022). Pengaruh Delay Karena Penanganan Flight Operation Dan Teknik Terhadap On Time Performance Di Maskapai Lion Air Di Bandar Udara Adi Soemarmo. *Flight Attendant Kedirgantaraan: Jurnal Public Relation, Pelayanan, Pariwisata*, 4(1), 116-122.
- Parsetiorini, O. E. (2017). Kepuasan Dan Kesetiaan Konsumen Pada Waktu Tunggu Delay Pesawat Terbang. *Optimal: Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 11(1), 62-82.
- Direktorat Jenderal Perhubungan Udara. (2012). *Kinerja Ketepatan Waktu Maskapai Alami Fluktuasi*. Diakses pada 23 Mei 2023. (<https://hubud.dephub.go.id/?id/news/detail/1621>)
- Dortina, Y., Kausar, D. R. K., & Mbulu, Y. P. (2017). Pengaruh on Time Performance terhadap Minat Beli Ulang pada PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk. *Journal of Tourism Destination and Attraction*, 5(2), 33-47.
- Nugraha, D. P. S., Amin, N. H. A., & Me, S. Y. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Harga, Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Niat Membeli Kembali Pada Tiket Pesawat (Doctoral Dissertation, IAIN SURAKARTA).
- Hafizhi, M. F., & Syaputra, A. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan In-

- Flight Service dan Harga Terhadap Minat Pembelian Ulang Tiket Pada Maskapai Batik Air di Bandar Udara Internasional Achmad Yani Semarang. *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(2), 3040-3050.
- Govi Matori, P. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Pelanggan Menggunakan Maskapai Wings Air Di Bandar Udara Tebelian Sintang (Doctoral Dissertation, STTKD Sekolah Tinggi Teknologi Kedirgantaraan Yogyakarta).
- Firmansyah, F. (2021). Pengaruh On Time Performance Terhadap Loyalitas Pengguna Jasa Penerbangan Maskapai Garuda Indonesia Di Bandar Udara Sultan Thaha Jambi (Doctoral Dissertation, Sttkd Sekolah Tinggi Teknologi Kedirgantaraan).
- Muhamad Sofyan, Y. (2022). ANALISIS OPTIMASI GROUND TIME Pesawat Citilink A320 Sebagai Upaya Meningkatkan Kualitas On Time Performance Di Pt. Garuda Angkasa Bandar Udara Husein Internasional Sastranegara Bandung (Doctoral Dissertation, Sekolah Tinggi Teknologi Kedirgantaraan Yogyakarta).