

Abstrak

Transportasi Udara semakin sering digunakan oleh masyarakat untuk melakukan pergerakan dan perpindahan dari suatu tempat ke tempat lain, Bandar Udara merupakan pintu gerbang dari sebuah Negara dan Kota, Bandar Udara Internasional Soekarno-Hatta merupakan bandara yang melayani penerbangan dalam dan luar negeri dengan banyak aktivitas di dalam sebuah bandara maka membutuhkan kualitas pelayanan yang baik untuk melayani para penumpang atau konsumen, dalam penelitian ini bermaksud untuk melihat kualitas pelayanan yang telah diberikan oleh pihak bandara melalui aspek operasional, sumber daya manusia, dan pemasaran.

Unweighted SERVQUAL Scores merupakan nilai rata-rata dari kesenjangan 5 yaitu antara pelayanan yang diharapkan dengan yang dirasakan untuk keseluruhan kesenjangan mutu pelayanan yang terbagi menjadi 5 (lima) bagian yaitu Tangibles (berwujud), Realibility (keandalan), Responsivennes (keresponsifan), Assurance (keyakinan), dan Empathy (empati). Correlation Matrix Kekuatan hubungan antara kriteria aspek untuk mengidentifikasi kepentingan untuk mengidentifikasikan kepentingan dari kerjasama dari beberapa bagian.

Kata kunci : aspek operasional, aspek sumber daya manusia, aspek pemasaran, Unweighted SERVQUAL, Correlation Matrix

Abstract

Air Transportation increasingly being used by people to do the movements and displacement from one place to another, the airport is the gateway of a State and City, Soekarno-Hatta International Airport is an airport that serves flights within and outside the country with a lot of activity in an airport then need good quality services to serve the passengers or consumers, in this study intends to look at the quality of services provided by the airport superbly through operational aspects, human resources, and marketing.

Unweighted SERVQUAL Scores are the average value of the gap 5, ie between the expected service with perceived to overall gap of quality of service which is divided into five (5) sections namely Tangibles, Realibility,, Responsivennes, Assurance, and empathy . Correlation Matrix The strength of the relationship between the company's criteria for identifying the need to identify the interests of cooperation from some parts.

Keywords: aspects of operational , aspects of human resources, aspects of marketing, Unweighted SERVQUAL, Correlation Matrix