

## PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN KUALITAS *FLIGHT INSTRUCTOR* TERHADAP KEPUTUSAN SISWA MEMILIH SEKOLAH PENERBANGAN DERAYA *FLYING SCHOOL*

Sri Yanthy Yosepha<sup>1</sup>

Email: yosephariyanto09@gmail.com

Bilal Saratoga<sup>2</sup>

Email: romeo\_montaque@yahoo.co.id

UNIV. DIRGANTARA MARSEKAL SURYADARMA

### ABSTRACT

*Deraya Flying School is the first private flight school in Indonesia, which has been operating since 1972 and has graduated qualified pilots. Based on this background, the formulation of the research problem is aimed to determine (1) is there any effect of brand image partially to the student's decision to choose Deraya (2) is there any influence of the quality of flight instructor partially to the student's decision to choose Deraya, (3) is there any effect of brand image and flight instructor quality simultaneously to the student's decision to choose Deraya. The method used is total sampling with the entire population of students from batch 12,13,14,15,16 amounting to 52 respondents. The result obtained by multiple linear regression equation is  $Y = -1.560 + 0.479X_1 + 0.349X_2$ , shows that the brand image and the quality of the flight instructor have a positive and significant impact on student decisions. Partial test (t test) brand image that is  $Y^1 = -0,4,080 + 0,760X_1$  shows that brand image have positive and significant impact to student decision. Partial test (t test) flight instructor quality is  $Y^2 = 7,104 + 0,861X_2$  shows that the quality of flight instructor have positive and significant impact to student decision.*

**Keywords:** brand image, quality flight instructor, student decisions, flying school.

### ABSTRAK

Deraya Flying School adalah sekolah penerbangan swasta pertama di Indonesia, yang telah beroperasi sejak 1972 dan telah meluluskan pilot berkualitas. Berdasarkan latar belakang ini, rumusan masalah penelitian bertujuan untuk mengetahui (1) apakah ada pengaruh citra merek secara parsial terhadap keputusan siswa untuk memilih Deraya (2) apakah ada pengaruh kualitas instruktur penerbangan secara parsial terhadap keputusan untuk memilih Deraya, (3) apakah ada pengaruh citra merek dan kualitas instruktur penerbangan secara bersamaan terhadap keputusan siswa untuk memilih Deraya. Metode yang digunakan adalah total sampling dengan seluruh populasi siswa dari batch 12,13,14,15,16 sebesar 52 responden. Hasil yang diperoleh dengan persamaan regresi linier berganda adalah  $Y = -1,560 + 0,479X_1 + 0,349X_2$ , menunjukkan bahwa citra merek dan kualitas instruktur penerbangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan siswa. Uji parsial (uji t) brand image yaitu  $Y_1 = -0,4,080 + 0,760X_1$  menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan siswa. Uji parsial (uji t) kualitas instruktur penerbangan  $Y_2 = 7,104 + 0,861X_2$  menunjukkan bahwa kualitas instruktur penerbangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan siswa.

**Kata kunci:** citra merek, instruktur penerbangan berkualitas, keputusan siswa, flying school.

### PENDAHULUAN

Perkembangan dunia penerbangan khususnya di Indonesia semakin pesat dengan bertambahnya pesawat-pesawat yang digunakan oleh industri-industri penerbangan. Penambahan yang digunakan

dalam pelayanan transportasi udara semakin beragam, diantaranya rute-rute destinasi maskapai ke berbagai daerah. Dengan adanya penambahan rute tersebut menjadikan permintaan atas pesawat udara semakin meningkat dari waktu ke waktu.

Sekolah penerbangan merupakan sekolah yang khusus membekali seseorang untuk mampu menjadi penerbang. Di Indonesia sendiri, sekolah penerbangan yang terdaftar di Direktorat Jenderal Perhubungan Udara terdapat 23 sekolah. Berikut adalah sekolah-sekolah penerbangan sesuai AOC (*Air Operator Certificate*) baik negeri atau swasta yang ada di Indonesia.

**Tabel 1 Daftar AOC Sekolah Penerbangan**

No AOC	Nama Sekolah	Lokasi Kantor	Status
141-001	Sekolah Tinggi Penerbangan Indonesia (STPI)	Curug, Tangerang. Banten	Negeri
141-002	Deraya <i>Flying School</i> (DFS)	Halim, Jakarta	Swasta
141-003	Aero <i>Flyer Institute</i>	Tangeran, Banten	Swasta
141-004	Alfa <i>Flying School</i> (AFS)	Halim, Jakarta	Swasta
141-005	Bali Widya Dirgantara/ Bali <i>International Flight Academy</i> (BIFA)	Senayan, Jakarta	Swasta
141-006	Merpati <i>Pilot School</i>	Kemayoran, Jakarta	Negeri
141-007	Nusa <i>Flying International</i> (NFI)	Kalimalang, Jakarta	Swasta
141-008	Wings <i>Flying School</i> (WFS) / Angkasa <i>Aviation Academy</i> (AAA)	Gambir, Jakarta	Swasta
141-009	<i>National Aviation Management</i> (NAM)	Mangga Dua, Jakarta	Swasta

Sumber: Direktorat Jendral Perhubungan Udara AOC 141.

Dari berbagai macam sekolah penerbangan diatas dapat dipastikan terjadinya persaingan yang sangat ketat dan kompleks, diantaranya dalam hal menguasai pasar dengan citra merek (*brand image*), kualitas pengajar terbang (*flight instructor*), harga (*price*), lama masa pendidikan, kualitas alumni sertakuantitas alumni yang masuk di berbagai maskapai penerbangan ataupun *charter*. Sebelum menjatuhkan pilihan pada suatu sekolah penerbangan, para calon siswa akan dipengaruhi oleh beberapa faktor yang saya sebut di atas.

*Brand image* sekolah penerbangan menjadi salah satu faktor yang turut dipertimbangkan, pemilihan pada sekolah penerbangan dengan *brand image* yang baik akan lebih diprioritaskan guna memenuhi kebutuhannya, karena pencitraan yang baik suatu sekolah penerbangan akan mendapatkan nilai positif di mata calon siswa dan juga dapat memberikan gambaran mengenai kualitas sekolah penerbangan ataupun kualitas *flight instructor* tersebut. Citra (*image*) bisa diartikan sebagai reputasi lembaga tersebut di mata masyarakat. Sekolah penerbangan yang terkenal, dengan masa pendidikan yang singkat dan banyak menghasilkan lulusan yang sukses secara umum dikenal sebagai sekolah penerbangan yang baik dan bermutu.

Kualitas dari *flight instructor* yang baik dapat menjadi nilai positif atau nilai tambah bagi calon siswa penerbang dalam menjatuhkan pilihan. Sekolah pilot bertugas mendidik, melatih, dan membantu calon pilot untuk mewujudkan impiannya. Sekolah pilot atau penerbangan yang baik itu pada dasarnya yang memiliki instruktur penerbangan yang memadai dan juga berkualitas.

Berdasarkan latar belakang diatas peneliti merasa perlu untuk mengkaji pengaruh antara *brand image* dan kualitas *flight instructor* terhadap keputusan siswa dalam memilih sekolah penerbangan dengan judul "PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN KUALITAS *FLIGHT INSTRUCTOR* TERHADAP KEPUTUSAN SISWA MEMILIH SEKOLAH PENERBANGAN DERAYA *FLYING SCHOOL*".

## KAJIAN TEORI

Menurut Ranguti (2004;3) *brand image* adalah "Sekumpulan asosiasi merek yang terbentuk dan melekat di benak konsumen." Berdasarkan pengertian citra merek diatas, maka dapat disimpulkan bahwa citra merek terbentuk dari persepsi yang telah lama terdapat di pikiran konsumen. Setelah melalui tahap yang terjadi dalam proses persepsi, kemudian dilanjutkan pada tahap keterlibatan konsumen dalam pembelian. Level keterlibatan ini selain mempengaruhi persepsi juga mempengaruhi fungsi memori.

*Brand image* (citra merek) didefinisikan sebagai persepsi tentang merek yang tercermin dari asosiasi merek yang berpegang pada memori konsumen. Menurut Keller(2003:3) Dalam mencapai citra merek yang positif, pemasar akan berkenaan dengan beberapa program pemasaran dalam membentuk *strength, favourability, dan uniqueness of brand associations* dalam mentransfer sebuah *brand* ke dalam memori konsumen.

### ***Flight instructor***

Menurut Handoyo dan Sudibyo (2011) *Flight instructor* adalah seorang penerbang yang memenuhi syarat untuk melatih siswa penerbang dan atau penerbang lain yang juga telah mendapat *rating* tertentu sebagai instruktur penerbangan. Menurut Byron dalam (Normasari,2016:9) *flight instructor* merupakan pilot yang berperilaku baik, bersemangat, memiliki kedisiplinan, inisiatif dan berjiwa pemimpin. *Flight instructor* adalah seorang pilot dan menjalani pekerjaan sebagai pengajar siswa penerbang di sekolah penerbangan, sehingga perlu memiliki kemampuan mengajar dan melihat kompetensi siswa yang diajarnya. *Flight instructor* harus menempuh proses yang panjang dalam mempelajari keahlian terbang dan mengajar. Menurut Parker, Tucker, & Fowler (2003) tidak semua orang memiliki kemampuan untuk mengajar atau memahami cara orang lain belajar. *Flight instructor* merupakan sosok yang bertanggung jawab pada setiap tahapan yang dibutuhkan siswa selama pendidikan penerbangan (*Federal Aviation Administration, 2008*).

*Flight instructor* harus memiliki surat ijin untuk menjalankan tugasnya sebagai pengajar di sekolah penerbangan. Menurut Keputusan Menteri Perhubungan No. 42 tahun 2001 tentang sertifikasi penerbang dan instruktur terbang, surat ijin yang dimiliki oleh *flight instructor* akan diberikan saat individu tersebut mempunyai lisensi pilot dan sertifikat medis.

## Pengambilan Keputusan

Kehidupan manusia adalah kehidupan yang selalu diisi oleh peristiwa pengambilan keputusan. Kita dapat mengatakan 'tidak ada hari tanpa pengambilan keputusan' Dermawan (2004:1). Adanya asumsi bahwa segala tindakannya merupakan tindakan cerminan hasil proses pengambilan keputusan dalam pikirannya, sehingga sebenarnya manusia sudah sangat terbiasa dalam membuat keputusan. Sejak proses identifikasi masalah sampai pemilihan solusi terbaik inilah yang disebut proses pengambilan keputusan.

Menurut Suharnan (2005:276), pengambilan keputusan ialah proses memilih suatu alternatif cara bertindak dengan metode yang efisien sesuai situasi. Sebelum membeli suatu produk atau jasa, umumnya konsumen melakukan evaluasi untuk melakukan pemilihan produk atau jasa. Evaluasi dan pemilihan yang digunakan akan menghasilkan suatu keputusan. Menurut Kotler dan Keller (2012:188) Pengambilan keputusan sendiri merupakan sebuah proses yang terdiri dari beberapa tahap, yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif sebelum pembelian, keputusan pembelian, konsumsi, dan evaluasi alternatif sesudah pembelian.

## METODOLOGI PENELITIAN

### POPULASI DAN SAMPEL

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah lima kelas yaitu *batch 12*, *batch 13*, *batch 14*, *batch 15* dan *batch 16* di *Deraya flying school*. *Batch 12* jumlahnya 13, *batch 13* jumlahnya 7, *batch 14* jumlahnya 16, *batch 15* jumlahnya 11, *batch 16* jumlahnya 5.

Dengan demikian populasi berjumlah 52 siswa, dan sample yang diambil adalah *total sampling* adalah teknik pengambilan sampel dimana jumlah sampel sama dengan populasi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Melalui hasil pengujian yang dilakukan secara komprehensif terhadap hasil penelitian (data responden) yang dilakukan melalui metodologi yang tepat, maka dapat diinterpretasikan kedalam laporan hasil penelitian, sebagai berikut

**Tabel 2 UJI REALIBILITAS**

No	Variabel	Nilai Alpha	Tingkat Keandalan	Keterangan
1.	<i>Brand Image</i>	0,600	0,953	Reliabel
2.	<i>Kualitas Flight Instructor</i>	0,600	0,964	Reliabel
3.	Keputusan Siswa Memilih Sekolah Penerbang	0,600	0,935	Reliabel

Dari penyajian tabel di atas, maka seluruh instrument dinyatakan Reliabel. Dimana hasil perhitungan uji reliabilitas menunjukkan *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,6.

**Tabel 3 Koefisien Determinasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.897 <sup>a</sup>	.805	.797	4.816

a. Predictors: (Constant), Kualitas *Flight Instructor* , *Brand Image*

Berdasarkan tabel 3 nilai  $R^2$  yang tercantum sebesar 0.805, dengan demikian variabel pengaruh *brand image* dan kualitas flight *instructor* secara simultan memiliki persentase pengaruh terhadap keputusan siswa sebesar 80,5% sisanya 19,5% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak dilihat dalam model persamaan regresi linear berganda tersebut. Sementara itu, nilai adjusted  $R^2$  sebesar 0.797.

## PEMBAHASAN

### **Pengaruh *Brand Image* ( $X_1$ ) terhadap Keputusan Siswa Memilih Sekolah Penerbangan (Y)**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama yang telah dilakukan menunjukkan bahwa  $H_a$  diterima secara parsial, dimana variabel *Brand Image* berpengaruh terhadap keputusan siswa memilih sekolah di DFS (Deraya *Flying School*) diterima dengan arah positif. Hubungan (R) antara *brand image* ( $X_1$ ) terhadap keputusan siswa (Y) yaitu sebesar 0.888 dan besarnya prosentase pengaruh variabel *brand image* terhadap keputusan siswa (Y) dapat dilihat pada R square ( $R^2$ ) sebesar 0.788 atau 78,8%, sedangkan 21,2% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dilibatkan pada model persamaan regresi linear sederhana untuk hipotesis tersebut Responden menganggap bahwa semakin baik atau tinggi *Brand Image* suatu lembaga pelatihan dalam hal ini adalah Deraya *Flying School* maka akan meningkat pula siswa memilih melanjutkan di lembaga tersebut.

### **Pengaruh Kualitas *Flight Instructor* ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Siswa Memilih Sekolah Penerbangan (Y)**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis kedua yang telah dilakukan menunjukkan bahwa  $H_a$  diterima secara parsial, dimana variabel Kualitas *Flight Instructor* berpengaruh terhadap keputusan siswa memilih sekolah di DFS (Deraya *Flying School*) diterima dengan arah positif. Nilai korelasi atau hubungan (R) antara kualitas flight *instructor* ( $X_2$ ) terhadap keputusan siswa (Y) yaitu sebesar 0.873 dan besarnya prosentase pengaruh variabel kualitas flight *instructor* terhadap keputusan siswa (Y) dapat dilihat pada R square ( $R^2$ ) sebesar 0.763 atau 76,3%, sedangkan 23,7% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dilibatkan pada model persamaan regresi linear sederhana untuk hipotesis tersebut. Responden menganggap bahwa semakin baik atau tinggi Kualitas *Flight Instructor* suatu lembaga pelatihan dalam hal ini adalah Deraya *Flying School* maka akan meningkat pula siswa memilih melanjutkan di lembaga tersebut.

### Pengaruh *Brand Image* dan Kualitas *Flight Instructor* terhadap Keputusan Siswa Memilih Sekolah Penerbangan.

Berdasarkan hasil pengujian didapati bahwa nilai  $R^2$  yang tercantum sebesar 0.805, dengan demikian variabel pengaruh *brand image* dan kualitas *flight instructor* secara simultan memiliki persentase pengaruh terhadap keputusan siswa sebesar 80,5% sisanya 19,5% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak dilihat dalam model persamaan regresi linear berganda tersebut.

### SIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan, sebagai berikut:

1. Hasil analisis data menunjukkan bahwa *brand image* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan siswa memilih sekolah di DFS (*Deraya Flying School*) sebesar 78,8%, diperoleh persamaan regresi linear sederhana yaitu  $Y_1 = -0,4,080 + 0.760X_1$ .
2. Hasil analisis data menunjukkan bahwa Kualitas *Flight Instructor* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan siswa memilih sekolah di DFS (*Deraya Flying School*) 76,3%, diperoleh persamaan regresi linear sederhana yaitu  $Y_1 = 7,104 + 0.861X_2$ .
3. Hasil analisis data menunjukkan bahwa *brand image* dan Kualitas *Flight Instructor* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan siswa memilih sekolah di DFS (*Deraya Flying School*) sebesar 80,5%, diperoleh persamaan regresi linear berganda yaitu  $Y = -1,560 + 0.479X_1 + 0.349X_2$ .

### DAFTAR PUSTAKA

- Arthur Jr, Winfred., Bennett Jr, Winston., Edens, Pamela S., & Bell, Suzanne T.(2003). Effectiveness of Training in Organizations : A Meta-Analysis of Design and Evaluation Features. *Journal of Applied Psychology* by American Psychological Association, Inc., 88 (2), 234-245.
- Depdiknas. (2008). *Alat Penilaian Kemampuan Guru (APKG)*. Jakarta: Depdiknas.
- Dermawan, Rizky. (2004). *Pengambilan Keputusan Landasan Filosofis, Konsep dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta., hlm.2
- Federal Aviation Administration. (2008). *Aviation Instructor's Handbook*. Washington: U.S Departement of Transportation.
- Ferdinand, A. (2002). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro. hlm,191
- Handoyo, S & Sudiby, D. (2011). *Aviopedia Ensiklopedia Umum Penerbangan*. Jakarta: Kompas.
- Hapsari, Ajeng, P (2007). *Celebrity Endorser, Typical-Person Endorser Iklan Televisi dan Brand Image Produk (Studi Kasus Pada Pond's Age Miracle)*. Bandung: Fakultas Ekonomi Universitas Padjadjaran
- Ika, Aprilia. (2016). Tahun Ini, Lion Terima Pesawat Baru. Diambil dari: <http://bisniskeuangan.kompas.com/read/2016/03/11/080100626/Tahun.Ini.Lion.Terima.42.Pesawat.Baru>. (02 Februari 2017)
- Karyati dan Sukirno (2016). *Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Biaya Pendidikan Terhadap Minat Melanjutkan Studi.. Universitas Negeri Yogyakarta, Indonesia*

- Keller, K.L. (2008). *Strategic Brand Management – Building, Measuring and Managing Brand Equity* Third Edition. New Jersey: Pearson Education International.
- Keputusan Menteri Perhubungan No. 42 tahun 2001 tentang sertifikasi penerbang dan instruktur terbang menteri perhubungan.
- Koentjaraningrat. (1991). *Metode-metode Penelitian Masyarakat*. Jakarta: Gramedia. hlm,23
- Maunaza, Afianka. (2012). *Pengaruh brand Image Terhadap Minat beli konsumen (Studi Pada Maskapai penerbangan Lion Air Sebagai Low Cost Carrier)*. Depok: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia
- Normasari, Pradita Sita. (2016). *Makna Kerja Pada Flight Instructor: Studi Fenomenologis Dengan Menggunakan Interpretative Phenomenological Analysis*. Semarang: Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro
- Parker, J., Tucker, M & Fowler, M. (2003). *Flight Instructor’s Guide*. Civil Aviation Authority of New Zealand.
- Pongoh, Hentje. (2013). *Masalah Pilot Asing Bermasalah*. Diambil dari: [http://www.kompasiana.com/hpinstitute/masalah-pilot-asing-bermasalah\\_55282ff6f17e613d258b45e3](http://www.kompasiana.com/hpinstitute/masalah-pilot-asing-bermasalah_55282ff6f17e613d258b45e3). (02 Februari 2017)
- Prabowo, Herry. (2013). *Studi tentang Minat Masuk di Program Studi D-3 Kebidanan Kampus Terpadu Ngudi Waluyo*, Thesis. USM.
- PT Garuda Indonesia. (2012). *Laporan Tahunan Annual Report 2011*. Diambil dari: <https://www.garuda-indonesia.com/files/pdf/investor-relations/report/2011.pdf>. (02 Februari 2017)
- Rangkuti, Freddy. (2004). *The Power of Brand, Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Riduwan. (2004). *Metode Riset*. Jakarta : Rinekla Cipta. Hlm,104
- Rusdianti,E., Paulus Wardoyo, Sri Purwantini1. (2014). *Studi Tentang Keputusan Siswa Melanjutkan Studi Di Sekolah Menengah Kejuruan (Smk) Kabupaten Semarang*.
- Subana,. Et al. (2000). *Statistik Pendidikan*. Bandung: Pustaka Setia, hlm,25
- Suharsimi Arikunto, (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, hlm.172
- Suhartomo,Toni (2013). *Analisis Pengaruh Marketing Public Relations, Citra Merek, Kualitas Produk Pendidikan Terhadap Minat Masuk Siswa Menjadi Mahasiswa Akademi Sekretaris Marsudirini ASM Santa Maria Semarang*, Thesis, USM.
- Wulandari, Ikan Mety. (2013). *Pengaruh Brand Image dan Lokasi Terhadap Keputusan Calon Mahasiswa Melanjutkan Studi di Perguruan Tinggi*. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Jember.