

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Adanya beragam moda transportasi yang menunjang dan mempermudah segala aktifitas manusia membuat jarak bukan menjadi suatu masalah, dengan hadirnya transportasi udara yang dapat membawa setiap orang terbang dan mempersingkat waktu perjalanannya. Mereka bisa memiliki kesempatan terbang dan berkeliling serta dapat berkunjung dari satu tempat ke tempat yang lain, atau dari satu kota ke kota yang lain bahkan dari satu negara ke negara yang lain dengan menggunakan pesawat terbang. Dilansir dari (Amalia, 2022) pesawat dinilai merupakan moda transportasi umum yang sangat aman serta cepat dan juga tidak perlu mengalami kemacetan di jalan, seperti saat menggunakan transportasi darat lainnya.

Saat adanya pandemic covid-19, proses menggunakan pesawat terbang sangatlah mudah. Selain adanya *web check-in dan mobile check-in* secara *online*. Para penumpang bisa menghindari antrian saat melakukan *check-in counter* di bandara dan bisa digunakan 30 menit sebelum keberangkatan (Citilink, 2022). Hal ini memberikan waktu lebih awal untuk melakukan persiapan perjalanan, sehingga bisa menghemat waktu dan menghindari keterlambatan jadwal penerbangan. Selain itu,

penumpang diharuskan berada diruang tunggu 40 menit sebelum jadwal keberangkatan sesuai peraturan yang tertera pada *boarding pass*. Jadi perkiraan waktu untuk melakukan persiapan dan waktu perjalanan menggunakan pesawat terbang kurang lebih 2 jam untuk penerbangan domestik. Dibandingkan dengan menggunakan moda transportasi lain, menggunakan pesawat terbang lebih cepat serta memiliki efisien waktu yang cukup baik.

Dengan banyaknya keuntungan yang diberikan oleh pesawat terbang sebagai alat transportasi, maka semakin banyaknya konsumen menggunakannya sebagai alternative pilihan yang nyaman serta menghemat berbagai macam hal seperti waktu dan biaya serta kebutuhan mereka. Maka dari itu jasa industri penerbangan di Indonesia memiliki perkembangan yang pesat serta dengan adanya dukungan pemerintah diantaranya Peraturan Pemerintah No. 40 (Peraturan Pemerintah Republik 2001) tentang diregulasi maskapai penerbangan dimana Departemen Perhubungan RI memberikan izin seluas luasnya bagi siapa saja yang ingin masuk, maka hal tersebut membuat industri ini menjadi sebuah bisnis yang cukup berkembang dan diminati di Indonesia. Selanjutnya melalui (Keppres, 2000) No.3 , perusahaan penerbangan diberi keleluasaan untuk menentukan tipe pesawat yang akan dioperasikan sesuai kemampuan perusahaan asalkan pesawat memenuhi persyaratan dan peraturan kelayakan udara dari yang disyaratkan oleh Dinas Sertifikasi Kelayakan Udara (DSKU) serta melalui keputusan menteri perhubungan (Kepmenhub)

No.11 tahun 2001 tentang penyelenggaraan Angkutan Udara. Hal ini banyak dimanfaatkan oleh berbagai jasa penerbangan untuk memulai bisnis mereka di bidang transportasi udara. Berikut merupakan daftar dari jasa maskapai penerbangan yang ada di Indonesia beserta tahun didirikannya.

Tabel 1.1
Daftar Maskapai Penerbangan di Indonesia

Maskapai Penerbangan	Tahun Didirikan
Aviastar	2003
Batik Air	2013
Citilink	2001
Garuda Indonesia	1949
Indonesia AirAsia	1999
Lion Air	1999
NAM Air	2013
Sriwijaya Air	2003
Super Air Jet	2021
Susi Air	2004
TransNusa	2005
Wings Air	2003

Sumber: Wikipedia, 2022

Tersedianya berbagai macam maskapai penerbangan di Indonesia, hal ini menjadikan persaingan yang cukup pesat dalam hal kemampuan maskapai penerbangan untuk memberikan fasilitas yang terbaik, kualitas pelayanan yang memuaskan dan bagaimana harga tersebut dapat dijangkau dan diterima oleh pelanggan. Pesawat dahulunya mungkin

menjadi transportasi bagi beberapa kalangan saja. Namun, dengan perkembangan teknologi dan informasi, kini jangkauan penerbangan domestik yang luas menjadikan siapa pun bisa naik pesawat. Salah satu maskapai ekonomis yang bisa dijangkau oleh banyak orang yakni Citilink (Rilis, 2022).

Citilink Indonesia (QG) adalah maskapai berbiaya rendah yang berkembang pesat yang berbasis di Jakarta, Indonesia. Maskapai ini dimulai sebagai anak perusahaan Garuda Indonesia dan menjadi maskapai independen pada tahun 2012. Namun, pada *review* pengguna maskapai Citilink ini memiliki nilai yang rendah yaitu rata-rata diangka 7, Hal ini dapat dilihat dalam gambar sebagai berikut.

Gambar 1.1
Ringkasan Rating Pengguna Maskapai Citilink

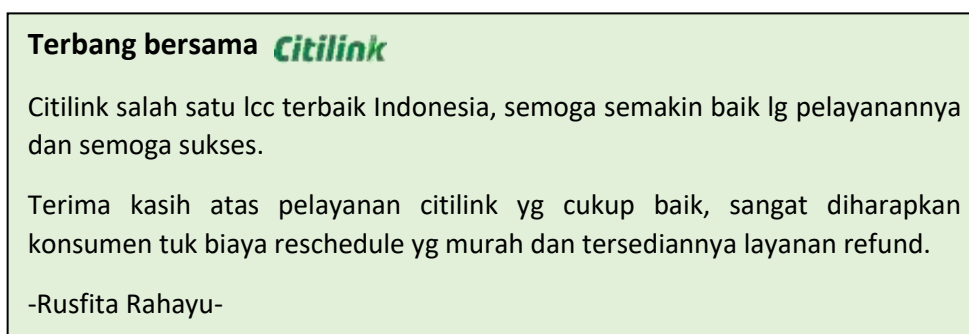


Sumber: Citilink, 2022

Dari gambar tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar pengguna Citilink memberikan gambaran tingkat kepuasan terhadap kebersihan, harga, ketepatan waktu, layanan serta kenyamanan yang

diberikan oleh maskapai Citilink melalui web. Dalam hal tersebut indikator harga, layanan dan kenyamanan memiliki nilai yang paling rendah yaitu 7.5, 7.6 dan 7.6. Hal ini sesuai dengan beberapa *review* pelanggan yang diberikan langsung setelah menggunakan maskapai Citilink.

Gambar 1.2 Review Pelanggan Citilink



Sumber: Citilink, 2022

Pada *review* tersebut para pelanggan menunjukkan bahwasanya biaya *reschedule* diharapkan bisa lebih terjangkau serta tersedianya layanan *refund*. Untuk itu maka perlu adanya peningkatan dalam hal kualitas pelayanan yang diberikan oleh maskapai Citilink.

Bandara Internasional Juanda (SUB) di Surabaya Jawa Timur, merupakan salah satu basis operasi utama Citilink. Beroperasi pertama kali pada 16 Juli 2001 di rute Jakarta-Surabaya dengan armada Fokker F28 Citilink berdiri sebagai Unit Bisnis Strategis (SBU) Garuda Indonesia (Citilink, 2022). Bandara Juanda Surabaya yang berada di Jl. Raya Ir. Juanda No.1, Sedati, Sidoarjo, Jawa Timur, kini menempati posisi sebagai Bandara terbesar ke-2 di Indonesia setelah Bandara Soekarno Hatta (CGK) di Jakarta. Bandara ini memiliki landasan sepanjang 3000 m dengan

terminal seluas 51.500 m². Luas terminal ini berkembang menjadi 2 kali lipat dari yang semula hanya seluas 28.088 m². Dalam setahun, Bandara Juanda diperkirakan mampu menampung hingga 8 juta penumpang dan 120.000 ton kargo. Bahkan untuk maskapai Citilink di Bandara Juanda memiliki *flight* sebanyak 22-25 per harinya. Untuk itu daya tarik penumpang Citilink pada Bandara Juanda Surabaya ini dikatakan cukup besar. Hal ini sesuai dengan data sebagai berikut.

Tabel 1.2
Jumlah Penumpang Citilink Bandara Surabaya

Tanggal	Jumlah Keberangkatan	Jumlah Kedatangan	Jumlah Penumpang
21 Juli 2022	25	25	3.990
22 Juli 2022	25	25	3.769
23 Juli 2022	25	25	3.796
24 Juli 2022	25	25	3.780
25 Juli 2022	25	25	3.965
26 Juli 2022	23	23	2.901
27 Juli 2022	22	22	3.425
28 Juli 2022	23	23	3.453
29 Juli 2022	24	24	3.450
30 Juli 2022	23	23	3.317
31 Juli 2022	24	24	3.178

Sumber: Gonow-Reports Citilink Surabaya 2022

Dari tabel diatas dapat dilihat mengenai penumpang maskapai Citilink pada Bandara Juanda Surabaya yang mengalami penurunan sejak tanggal 26 Juli 2022, kemudian kembali stabil mengalami peningkatan lalu

terjadi penurunan kembali pada tanggal 29-31 Juli dengan jumlah penumpang sebanyak 3.178.

Rendahnya minat beli ulang pada maskapai Citilink, ditandai dengan menurunnya jumlah penumpang maskapai Citilink Pada Bandara Surabaya, apabila tidak segera diantisipasi akan merugikan pihak maskapai Citilink. Antisipasi ini dapat dilakukan oleh maskapai Citilink Pada Bandara Surabaya dengan teori minat beli ulang menurut Yossef, Tonce & Rangga (2022) minat beli ulang merupakan segala suatu motivasi yang terus berada di benak konsumen, yang pada akhirnya sewaktu seorang konsumen mempunyai keinginan kuat untuk memenuhi kebutuhannya akan mengaktualisasi apa yang ada dalam benaknya.

Ada beberapa hal yang sangatlah perlu diperhatikan oleh maskapai Citilink Bandara Surabaya dalam mempengaruhi minat pelanggan untuk melakukan pembelian ulang seperti halnya kualitas pelayanan dan persepsi harga serta kepuasan pelanggan yang nantinya dapat mendorong minat pelanggan untuk melakukan pembelian ulang jasa maskapai tersebut atau tidak.

Menurut Indrasari (2019) kualitas pelayanan pada dasarnya berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketetapan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Penelitian Sujatmoko dan Mukadi (2022) kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan layanan pada PT. Indomarco. Menurut

Prasetyo *et al.* (2022) kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Serta penelitian Thuwaini *et al.* (2022) menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki dampak langsung pada kepuasan pelanggan. Selain itu menurut Afthanorhan *et al.* (2019) adanya hubungan positif antara kualitas pelayanan perpustakaan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini tentu saja berbeda dengan penelitian Maimunah (2020) yang menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh negatif terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian lain menurut Supiandi *et al.* (2022) kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli ulang. Toha *et al.* (2022) kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen.

Persepsi harga merupakan cara konsumen melihat harga sebagai harga yang tinggi, rendah dan adil. Hal ini mempunyai pengaruh yang kuat baik kepada minat beli dan kepuasan dalam pembelian (Kurniawan, 2020). Sehingga persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Prasetyo *et al.* 2022). Sujatmoko dan Mukadi (2022) harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan layanan. Sedangkan hasil penelitian Febriana dan Prabowo (2022) persepsi harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Selanjutnya penelitian Ayub dan Kusumadewi (2021) persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Foster dan Johansyah (2019) harga berpengaruh langsung terhadap minat beli. Hasil penelitian ini berbeda dengan Ricko *et al.* (2019) harga berpengaruh negatif signifikan terhadap minat beli. Anastasia dan Suwarno (2022) persepsi

harga tidak berpengaruh terhadap minat beli. Welsa, Kurniawan, dan Nagar (2021) persepsi harga tidak berpengaruh terhadap minat beli ulang.

Kepuasan pelanggan merupakan ungkapan perasaan senang atau kecewa yang didapatkan seseorang dari membandingkan kinerja (atau hasil) produk yang dipresepsikan dan ekspektasinya (Tjiptono dan Diana, 2019). Hasil penelitian Imran (2018) adanya pengaruh positif dan signifikan antara kepuasan pelanggan terhadap minat beli ulang. Selain itu menurut Agustiani dan Samiono (2015) terdapat pengaruh kepuasan pelanggan terhadap minat beli ulang. Selain itu penelitian Baskara, Mardiatmi, dan Argo (2021) kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian ulang secara tidak langsung melalui kepuasan pelanggan pada konsumen yang menggunakan aplikasi Traveloka.

Dari beberapa hal yang sudah dijelaskan tersebut, dapat dikatakan bahwa untuk dapat menjaga keberlangsungan suatu jenis usaha atau dalam hal ini adalah jasa penerbangan maskapai Citilink pada Bandara Surabaya, maka sangatlah perlu untuk memperhatikan kualitas pelayanan dan persepsi harga yang nantinya akan menyebabkan tingginya kepuasan pelanggan dari suatu jenis usaha dan akan berdampak kepada minat beli ulang yang juga akan mengalami kenaikan. Oleh karena itu, peneliti memutuskan untuk melakukan sebuah penelitian yang berjudul **“Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Pada Minat Beli Ulang”**.

1.2 Rumusan Masalah

Dalam menarik minat pelanggan dalam memutuskan pilihannya untuk memilih suatu produk untuk dipakai, perusahaan haruslah memiliki cara yang tepat. Baik dari hal pelayanan dan persepsi harga yang muncul dalam benak konsumen dan pastinya dapat memberikan kepuasan tersendiri dari penggunaannya. Berdasarkan uraian diatas dapat dirumuskan:

- a. Apakah kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap minat beli ulang pada maskapai penerbangan Citilink?
- b. Apakah persepsi harga memiliki pengaruh terhadap minat beli ulang pada maskapai penerbangan Citilink?
- c. Apakah kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap minat beli ulang melalui kepuasan pelanggan pada maskapai penerbangan Citilink?
- d. Apakah persepsi harga memiliki pengaruh terhadap minat beli ulang melalui kepuasan pelanggan pada maskapai penerbangan Citilink?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari latar belakang masalah dan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas maka dapat disimpulkan bahwa adapun tujuan dari penelitian, yaitu:

- a. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang pada maskapai penerbangan Citilink
- b. Untuk mengetahui pengaruh persepsi harga terhadap minat beli ulang pada maskapai penerbangan Citilink
- c. Untuk mengetahui kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang melalui kepuasan pelanggan pada maskapai penerbangan Citilink
- d. Untuk mengetahui persepsi harga terhadap minat beli ulang melalui kepuasan pelanggan pada maskapai penerbangan Citilink.

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan diadakannya penelitian, peneliti berharap memiliki manfaat yang baik bagi berbagai pihak baik terhadap pihak-pihak yang terkait langsung oleh penelitian ini maupun yang tidak terkait langsung oleh penelitian ini (pembaca). Adapun manfaat dari penelitian ini, yaitu:

a. Bagi Penulis

Dengan dilakukannya penelitian ini dapat membantu penulis untuk semakin menambah pengetahuan dan wawasan serta meningkatkan pemahaman penulis mengenai materi yang telah diterima selama perkuliahan, khususnya di bidang pemasaran dan merupakan menjadi syarat kelulusan sarjana sebagai tugas akhir penulis.

b. Bagi Pelaku Bisnis

Diharapkan melalui penelitian ini dapat memberikan masukan dan bantuan kepada pelaku bisnis dalam menjalankan usaha apabila mengalami permasalahan yang terjadi seperti yang diteliti dan dapat dijadikan acuan dalam menyelesaikan permasalahan untuk kedepannya.

c. Bagi Bidang Akademis

Melalui penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan pustaka dan referensi tambahan bagi penelitian berikutnya yang lebih detail.