

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Maskapai penerbangan di Indonesia saat ini mengalami perkembangan yang sangat pesat, karena menggunakan transportasi udara dinilai dapat mempersingkat waktu perjalanan, dengan memakai transportasi udara juga dapat mempersingkat waktu jarak. Tidak dapat dihilangkan bahwa dalam melakukan kegiatan perekonomian dunia saat ini sangat tergantung pada transportasi, baik itu transportasi udara, darat maupun laut, tanpa adanya transportasi dalam kegiatan perekonomian sebagai sarana penunjang maka tentu saja tidak akan tercapai hasil yang memuaskan.¹

Di Indonesia banyak maskapai yang menawarkan perjalanan domestik maupun internasional, tentunya dengan banyaknya maskapai yang beroperasi di Indonesia akan meningkatkan persaingan di industri penerbangan. Bagi industri penerbangan tentu berdampak pada persaingan yang dimana nantinya akan memberikan biaya *low cost carrier* untuk mendominasi pangsa pangsar pelanggan. Namun bagi pelanggan tentu akan menjadi keluasan dan kebebasan untuk memilih maskapai mana yang menawarkan kualitas pelayanan yang terbaik.

¹Ni Wayan Ita Mahendrayani, “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pelanggan Lion Air di Bandara Juanda Surabaya)”, Jurnal Manajemen, 2016, Vol. 4 Nomor 3

Di lihat dari *market size*, industri penerbangan merupakan industri yang menjanjikan. Di Indonesia, data menurut BPS (Badan Pusat Statistik) jumlah penumpang angkutan udara domestik naik menjadi 16,98% dibanding November 2016, sedangkan untuk penumpang internasional naik menjadi 24,11%.² Permintaan akan angkutan udara memungkinkan akan terus meningkat dilihat dari perilaku masyarakat Indonesia yang menggunakan transportasi udara untuk perjalanan bisnis maupun wisata sehingga akan terus naik setiap tahun nya dilihat dari kebutuhan para pelanggan.

Lion Air merupakan salah satu maskapai penerbangan *low cost carrier* yang cukup banyak diminati oleh pengguna jasa penerbangan. Lion Air menawarkan *low cost carrier* dengan harapan pelanggan akan merasa puas dan terus menggunakan jasa maskapai Lion Air. Namun saat ini Lion Air menghadapi persaingan yang sangat ketat, tidak hanya untuk penerbangan domestiknya saja tetapi penerbangan internasional juga, saat ini banyak maskapai yang menawarkan *low cost carrier* seperti pesaing nya yaitu Citilink, Sriwijaya, dan Air Asia.

Lion Air didirikan pada tanggal 19 Oktober 1999 dan beroperasi pada tanggal 30 Juni 2000. Lion Air juga mendirikan maskapai penerbangan layanan penuh dengan nama Batik Air dan sudah beroperasi pada tahun 2013. Dan pada 11 September, Lion Air dan *National Aerospace & Defence Industries Sdn Bhd* (Nadi) menandatangani perjanjian *Joint Venture* untuk

²(<https://www.bps.go.id/Brs/view/id/1402>) diakses pada 6 Februari 2017

mendirikan maskapai penerbangan baru di Malaysia, dengan nama *Malindo Airways* pada Mei 2013.³

Dengan *tagline* “***We Make People Fly***” Lion Air melayani 60 tujuan penerbangan destinasi, 55 tujuan destinasi domestik dan 4 tujuan destinasi internasional.⁴ Mengusung *tagline* “***We Make People Fly***” membuat maskapai penerbangan ini tidak asing lagi di telinga dan di mata khalayak. Ditambah lagi dengan banyaknya media promosi yang digunakan maskapai penerbangan ini dalam menawarkan promo yang sedang mereka tawarkan. *Tagline* dari Lion Air semakin nyata ketika dalam sebuah promo maskapai penerbangan ini menawarkan harga tiket penerbangan yang tidak tanggung-tanggung murahnya dan menjual paket travel yang lebih murah dibandingkan maskapai lainnya ataupun *tour* dan *travel*.

Tabel I.1 dan I.2 Beberapa nama maskapai terbesar di Indonesia yang masuk dalam jajaran top brand *Airlines*. Dari data tersebut menunjukkan bahwa maskapai Lion Air menempati urutan kedua dalam dua tahun terakhir dibandingkan dengan Batik Air yang merupakan satu perusahaan yang sama dalam PT. Lion Mentari Airlines, dinilai dengan harga yang cukup murah Lion Air menempati posisi kedua dibanding dengan Citilink.

³ (<http://www.lionair.co.id/lion-experience/about-us>) diakses pada 13 Februari 2017

⁴ (<http://www.lionair.co.id/lion-experience/about-us>) diakses pada 13 Februari 2017

Tabel I.1*Top Brand Awards Airlines di Indonesia Tahun 2016*⁵

Merek	TBI	TOP
Garuda Indonesia	41.0%	TOP
Lion Air	30.5%	TOP
Citilink	8.9%	
Air Asia	7.7%	
Sriwijaya Air	3.2%	
Batik Air	3.2%	

Sumber: (<http://www.topbrand-award.com>)**Tabel I.2***Top Brand Awards Airlines di Indonesia Tahun 2017*⁶

MEREK	TBI	TOP
Garuda Indonesia	40.7%	TOP
Lion Air	31.8%	TOP
Citilink	9.1%	
Air Asia	6.9%	
Batik Air	3.1%	

⁵ (http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2016_fase_1) diakses pada 27 Februari 2017

⁶ (http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2017_fase_1) diakses pada 27 Februari 2017

Sriwijaya Air	3.0%	
---------------	------	--

Sumber: (<http://www.topbrand-award.com>)

Namun pada kenyataannya, Lion Air dengan beberapa penghargaan-penghargaan yang sudah diraih masih memiliki kekurangan dalam memberikan jasanya. Adapula beberapa berita buruk dari maskapai *low cost carrier* tersebut seperti sikap dari *crew cabin* yang belakangan ini membuat banyak kekhawatiran bagi pelanggan yang menggunakan jasa penerbangan maskapai Lion Air. Pada september tahun 2012 hal buruk yang dilakukan para *crew* Lion Air adalah berita yang mengabarkan tentang pilot Lion Air yang menggunakan narkoba dengan jenis sabu – sabu dan metafetamin secara terpisah sebelum penerbangan hal ini membuat cemas para pelanggan dan akan berdampak pada rasa kepercayaan pelanggan terhadap citra Lion Air.⁷ Dan baru baru ini berita yang mengabarkan bahwa pramugara Lion Air yang melakukan pelecehan seksual terhadap salah satu penumpang pesawat dan ketika penumpang pesawat tersebut ingin melaporkan hal tersebut kepada Lion Air tetapi tidak diberi tanggapan yang baik malah sang penumpang ini dicuekin oleh *customer service* Lion Air.⁸ Dengan adanya berita seperti itu apakah membuat pelanggan percaya dengan *brand* Lion Air, dan membuat pelanggan merasa puas dan loyal.

⁷ (<http://www.lionair.co.id/lion-experience/about-us>) diakses pada 13 Februari 2017

⁸ (<http://bangka.tribunnews.com/2017/02/02/>) diakses pada 6 Februari 2017

Tabel I.3 *review* kritikan dari pelanggan yang dimuat *tripadvisor* mengenai Lion Air. Dapat dilihat bahwa rata-rata pelanggan mengeluhkan tentang keterlambatan pesawat Lion Air.

Tabel I.3
Data *Feedback* Pelanggan Lion Air di www.tripadvisor.co.id⁹

No.	Nama Akun Konsumen	Subjek/Tanggal	Kritik
1.	Cenny Cahyadi	Respon Baru (25/02/2017)	<i>Bad Service</i> , koper saya rusak, <i>not recommended</i> , dan juga sering delay.
2.	Yuhermansyah S	Respon Baru (21/02/2017)	Maskapai yang terkenal dengan <i>delay</i> nya, namun mereka pintar dalam memilih jadwal, dan memiliki harga terendah. Namun untuk masalah <i>schedule</i> sangat tidak memuaskan, berbeda ketika di dalam pesawat di layani oleh pramugari yang menurut saya cantik dari maskapai penerbangan lainnya.
3.	Sefindi I	Respon Baru	Pesawat <i>delay</i> , jadwal <i>take off</i> 19.35 namun <i>delay</i>

⁹ (https://www.tripadvisor.co.id/Airline_Review-d8729111-Reviews-Cheap-Flights-Lion-Air)

diakses pada 6 Februari 2017

		(21/02/2017)	hingga 20.30 untung saja ruang tunggu <i>outdoor</i> membantu merubah mood.
--	--	--------------	---

Sumber: (<https://www.tripadvisor.co.id>)

Tabel I.4
Data *Feedback* Pelanggan Lion Air di *Skytrax*¹⁰

No.	Nama Akun Konsumen	Subjek/Tanggal	Kritik
1.	Adhy Wirachman	Respon Baru (17/02/2017)	Saya terbang dari Solo ke Jakarta. Sebagai maskapai yang murah, harga tiket nya sangat murah, harga kelas ekonomi nya sama seperti harga tiket kereta api, Seperti yang diketahui Lion Air merupakan raja <i>delay</i> , tapi kali ini keberangkatan saya tepat waktu. Pesawat nya baru dan bagus, dan juga menjual <i>snacks</i> jika lapar, saya merekomendasikan kamu untuk menggunakan Lion Air untuk maskapai <i>low budget</i> .

¹⁰(<http://www.airlinequality.com/airline-reviews/lion-air/>)diakses pada 6 Februari 2017

2.	K Shakela	Respon Baru (26/01/2017)	Denpasar ke Lombok <i>delay</i> 2,5 jam dan lama saat proses <i>boarding</i> tida ada respon dari <i>crew</i> pesawat, tiket nya sangat murah, dan diketahui bahwa Lion Air selalu <i>delay</i> , saya tidak merekomendasikan lebih baik pilih maskapai lain.
3.	Ilham Fadila	Respon Baru (18/02/2017)	Untuk <i>low cost carrier</i> cukup bagus, keberangkatan tepat waktu dari Surabaya tetapi sedikit telat di Bandung, lantai sedikit kotor, <i>cabin crew</i> sangat baik tapi terkadang mereka membuat kami bingung karena banyak bertanya. Tapi saya akan menggunakan lagi

Sumber: (<http://www.airlinequality.com/airline-reviews/lion-air/>)

Berdasarkan kritikan dari para pelanggan Lion Air di beberapa *website*, keluhan-keluhan negatif banyak ditujukan kepada pihak Lion Air, diantaranya seperti keterlambatan keberangkatan jam terbang yang tidak sesuai dengan jadwal, ground handling yang dinilai sangat buruk sehingga sering terjadi perselisihan antara *crew* lion air dengan pelanggan atau tidak ramah sifat para *crew* dari Lion Air.

Tabel I.5
Data OTP (*On Time Performance*) Tahun 2013-2015¹¹

No.	Maskapai Penerbangan	2013	2014	2015
1.	Indonesia Air Asia	71.58%	78.67%	67.90%
2.	Garuda Indonesia	84.05%	88.52%	65.93%
3.	Citilink	80,27%	78.20%	80.28%
4.	Lion Air	74.55%	73.80%	60.80%
5.	Batik Air	89.59%	90.78%	85.63%
6.	Wings Air	72.37%	71.12%	65.13%
7.	Sriwijaya	80.94%	83.02%	59.72%

Sumber : (<http://www.ap1.co.id>)

Dari tabel I.5 dapat dilihat bahwa Lion Air menduduki peringkat 4 data tersebut menjelaskan bahwa kualitas layanan yang diberikan Lion Air tidak

¹¹(<http://www.ap1.co.id/id/information/on+time+performance>) diakses pada 6 Februari 2017

bagus karena selalu *delay*, sehingga membuat pelanggan berfikir jika mereka menggunakan Lion Air mereka merasa tidak puas dengan layanan yang diberikan.

Dapat dilihat dari *reviews* pelanggan Lion Air terhadap *staff service* Lion Air mendapatkan bintang dua dari pengguna yang sudah memakai jasa maskapai Lion Air. Dari pelayanan yang tidak memuaskan ini tentu nya nanti akan membuat menurun nya kepercayaan dan loyalitas para pelanggan jasa transportasi udara Lion Air. Sehingga tidak memungkinkan bahwa perusahaan nanti akan kehilangan pelanggannya.

Pada saat sekarang ini, yang lebih dibutuhkan pelanggan adalah kualitas layanan yang sangat baik yang diperlakukan para *staff* Lion Air saat di dalam pesawat atau saat melakukan *check-in* di bandara. Perusahaan jasa penerbangan terutama Lion Air harus dapat merancang strategi pemasaran yang tepat dalam mencapai tujuan perusahaan dan mengembalikan nama baik dari perusahaan, salah satu caranya dengan meningkatkan kualitas layanan yang lebih baik untuk meningkatkan kepuasan pelanggannya.

Kualitas layanan yang diberikan secara maksimal kepada pengguna jasa dapat dijadikan sebagai salah satu strategi perusahaan untuk meningkatkan serta mempertahankan pelanggan. Dengan memberikan kualitas layanan yang optimal diharapkan dapat memenuhi harapan pelanggan sehingga akan menciptakan kepuasan terhadap pelanggan tersebut dan membentuk loyalitas dengan perusahaan.

Kepuasan pelanggan juga berperan penting karena dipengaruhi oleh faktor kualitas layanan, jika pelanggan menilai kualitas layanannya sangat buruk maka tidak akan tercipta rasa kepuasan, jika pelanggan merasa puas tentu akan loyal terhadap perusahaan karena dia akan menggunakan jasa yang ditawarkan kembali. Kepuasan pelanggan adalah kunci untuk menciptakan loyalitas pelanggan.

Peneliti memilih Lion Air sebagai objek penelitian karena, Lion Air merupakan maskapai *low cost carrier* yang cukup banyak diminati pengguna jasa udara. Selain itu kenapa peneliti memilih lokasi di Bandara Soekarno Hatta karena bandara ini bandara terbesar di Jakarta dan pusat transit dari beberapa destinasi baik penerbangan rute domestik maupun internasional sehingga memudahkan peneliti untuk mengambil sampel. Penelitian ini difokuskan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang membuat pelanggan merasa puas dalam menggunakan Lion Air sehingga nantinya akan membuat pengguna loyal terhadap perusahaan. Oleh karena itu berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan suatu penelitian dengan judul: **Pengaruh *Brand Trust* dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai *Intervening* (Survey Pada Pengguna Lion Air di Terminal 1A Bandara Soekarno Hatta).**

Tabel I.6
Variabel Penelitian

X ₁	Brand Trust
X ₂	Kualitas layanan
Y	Kepuasan Konsumen
Z	Loyalitas Pelanggan

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2017)

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan data-data diatas mengenai kualitas layanan dan kepuasan, persepsinya akan loyalitas di mata penumpang Lion Air, dapat diidentifikasi masalah-masalah sebagai berikut:

1. Kualitas layanan maskapai Lion Air dinilai masih sangat dibawah rata-rata maskapai lainnya sehingga dapat menimbulkan *brand trust* yang buruk terhadap Lion Air.
2. Kepuasan pelanggan yang dinilai masih kurang sehingga tidak percaya untuk menggunakan maskapai Lion Air dan tidak membuat pelanggan loyal terhadap perusahaan.

1.3 Pembatasan Masalah

Agar penelitian ini menjadi lebih fokus, maka penelitian ini dibatasi pada:

1. Penelitian ini hanya dibatasi pada penelitian tentang brand trust, kualitas pelayanan, kepuasan konsumen, dan loyalitas penumpang Lion Air.
2. Penelitian ini dilakukan terhadap konsumen yang pernah menggunakan Lion Air.

1.4 Perumusan Masalah

Perumusan masalah dari penelitian ini adalah :

1. Apakah *brand trust* berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan Lion Air?
2. Apakah *brand trust* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Lion Air ?
3. Apakah kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Lion Air?
4. Apakah kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan Lion Air?
5. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan Lion Air?
6. Apakah terdapat pengaruh positif antara *brand trust* dengan loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel *intervening*?
7. Apakah terdapat pengaruh positif antara kualitas layanan dengan loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel *intervening*?

1.5 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat membawa manfaat ke berbagai pihak :

1. Untuk peneliti : Diharapkan dengan penelitian ini, penulis dapat mendapatkan pengetahuan lebih dalam tentang kualitas layanan, dan kepuasan konsumen.

2. Untuk praktisi : Diharapkan penelitian bisa memberikan informasi bermanfaat tentang pengaruh *brand trust*, kualitas layanan terhadap kepuasan dengan loyalitas sebagai intervening nya.
3. Untuk pembaca : Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat untuk penelitian lainnya dengan topik yang mirip.