

# PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MASKAPAI LION AIR INDONESIA (RUTE : PENERBANGAN PONTIANAK-YOGYAKARTA)

<sup>1</sup>Muhammad Ridho Almuthahar

*Diploma IV Manajemen Transportasi Udara, Sekolah Tinggi Teknologi Kedirgantaraan*

## *Abstrak*

*Faktor penentu kepuasan pelanggan diantaranya adalah harga dan kualitas pelayanan. Permasalahan dalam penelitian ini adalah apakah harga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan maskapai Lion Air Indonesia di rute penerbangan Pontianak menuju Yogyakarta secara parsial dan simultan. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui adanya pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan maskapai Lion Air Indonesia secara parsial dan simultan. Variabel dalam penelitian ini adalah Harga (X1), Kualitas pelayanan (X2), Kepuasan pelanggan (Y). Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji hipotesis dan analisis regresi linier berganda.*

**Kata Kunci :** *Harga, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Pelanggan*

## *Abstract*

*The determinants of service user fulfillment combine cost and quality of benefits. The problem in this thinking is whether the cost and quality of benefits affect the fulfillment of Lion Air Indonesia airline service users on the Pontianak to Yogyakarta flight path simultaneously. The reason for this consideration is to determine the impact of cost and quality of benefits on the fulfillment of Lion Air Indonesia service users in part and all at once. The factors in this consideration are cost (X1), quality of benefits (X2), fulfillment of service users (Y). The information collection method used can be in the form of a survey. The information checking procedure used is theory testing and direct recurrence analysis.*

**Keywords:** *Cost, Benefit Quality, and Service User Fulfillment*

## **Pendahuluan**

### **Latar Belakang**

Perkembangan yang berbasis dan berorientasi pada pelayanan jasa maskapai selalu menjadi hal yang menarik untuk kalangan pengguna jasa dan berkelanjutan dalam aktivitas sosial masyarakat luas. Dalam hal ini dilihat dari sistem pemasaran jasa penerbangan yang berorientasi pada pelayanan prima yang dilatarbelakangi banyaknya kompetitor yang bersaing dalam moda transportasi udara. Hal tersebut ditinjau dari persaingan antar maskapai, baik maskapai swasta, maupun negeri termasuk Lion Air yang merupakan salah satu maskapai penerbangan nasional dengan rute terbanyak yang mencoba mempertahankan tarif dengan cara menyesuaikan kualitas pelayanan maksimal.

Kepuasan pelanggan memberikan nilai manfaat yang sangat penting pada keberlangsungan bisnis perusahaan, dimana dengan kepuasan pelanggan hubungan baik diperoleh oleh pihak produsen dan konsumen sehingga menciptakan suatu hal yang mendorong pada tercapainya loyalitas pelanggan yang secara berkelanjutan mempengaruhi citra dari perusahaan penyedia jasa. Pada dasarnya penerapan pemasaran jasa berbasis pelayanan adalah dengan memberikan kualitas pelayanan yang terbaik bagi konsumen dengan tujuan menciptakan kepuasan kepada pelanggan.

Pentingnya aspek harga menjadi salah satu kunci pemilihan moda transportasi yang dituangkan dalam pembelian produk maskapai penerbangan. Harga adalah bagian terpenting, karena pada

---

<sup>1</sup>Email Address : [ridhoalmuthahar85@gmail.com](mailto:ridhoalmuthahar85@gmail.com)

Received 14 Juni 2022, Available Online 01 Desember 2022

hakikatnya harga dapat menjadi alasan utama pelanggan memilih produk jasa, harga satu – satunya elemen yang menghasilkan pendapatan elemen yang fleksibel karena dapat berubah.

Tiket Lion Air, Wings Air dan Batik Air sebagai anak perusahaan dari PT. Lion Air tidak melebihi batas atas. Penetapan harga PT. Lion Air telah ditetapkan berdasarkan dengan keputusan Menteri Perhubungan Nomor 106 Tahun 2019 tentang Tarif Batas Atas Penumpangan Pelayanan Kelas Ekonomi Angkutan Udara Niaga, bahkan Lion Air Group juga membantah akan kerja sama dengan maskapai lain di Indonesia terkait harga tiket (Khoiri, 2020).

PT lion Air telah menjadi bagian dari maskapai penerbangan swasta yang mempunyai rute domestik dan internasional. Pengguna jasa maskapai adalah komponen yang mempunyai kemampuan secara verbal melalui pengalaman untuk menilai sejauh mana kualitas layanan yang diberikan sehingga hal tersebut menjadi hal yang terpenting dalam melakukan evaluasi eksternal oleh pihak maskapai.

Maskapai Lion Air yang telah membuka rute penerbangan baru dari Pontianak – Kulonprogo – Pontianak dimulai penerbangan perdana pada tanggal 25 September 2019, Corporate Communications Strategic Lion Air, menyebutkan penerbangan ini akan menempatkan Lion Air sebagai maskapai pertama dan satu – satunya yang menghubungkan Pontianak melalui Yogyakarta dalam laman resmi Lion Air tertera Harga tiket pesawat dari Supadio International Airport (PNK) menuju *Yogyakarta International Airport* (YIA) di Kulon Progo (Genpijogja, 2019).

Maka dari itu, Lion Air sebagai maskapai penerbangan yang memiliki rute baru dalam penerbangan Pontianak – Yogyakarta, akan peneliti kaitkan latar belakangnya dengan pengaruh harga dan kualitas pelayan terhadap kepuasan pelanggan maskapai Lion Air khususnya penerbangan rute baru antara Pontianak – Yogyakarta. Dapat ditentukan dari salah satu faktor yaitu harga. Sebagai salah satu hal yang terpenting untuk menentukan kepuasan pelanggan, harga menjadi salah satu alasan seseorang untuk menikmati pelayanan maskapai Lion Air. Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan di atas maka peneliti mengadakan penelitian dengan judul “Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Maskapai Penerbangan Lion Air” (Rute : Penerbangan Pontianak-Yogyakarta).

## **Rumusan Masalah**

*Rumusan* masalah yang akan diteliti dalam hal ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah harga tiket berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan maskapai Lion Air rute penerbangan Pontianak – Yogyakarta.
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan maskapai Lion Air rute penerbangan Pontianak – Yogyakarta.
3. Seberapa besar pengaruh harga tiket dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan maskapai Lion Air rute penerbangan Pontianak - Yogyakarta.

## **Tujuan Penelitian**

Berdasarkan uraian rumusan masalah dan batasan masalah penelitian, maka tujuan dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh harga tiket terhadap kepuasan pelanggan maskapai Lion Air Rute penerbangan Pontianak – Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan maskapai Lion Air penerbangan Pontianak – Yogyakarta.

3. Untuk mengetahui besar pengaruh harga tiket dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan maskapai Lion Air penerbangan Pontianak – Yogyakarta.

## Tinjauan Pustaka

### Harga

Harga menurut (Kotler & Armstrong, 2016), merupakan sejumlah uang yang dikeluarkan untuk sebuah produk atau jasa, atau sejumlah nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk memperoleh manfaat atau kepemilikan atau penggunaan atas sebuah produk atau jasa. Sedangkan menurut Kotler dan Keller, harga merupakan sebuah sistem manajemen perusahaan dalam menentukan harga dasar atas produk atau jasa yang mengandung strategi murah atau mahal nya harga suatu produk, pembayaran angkutan biaya dan variabel lainnya (Kotler & Armstrong, Dasar-Dasar Pemasaran, 2016).

Indikator harga menurut (Tjiptono, 2016), yang digunakan dalam penetapan harga antara lain :

1. Penetapan harga jual  
Dalam keputusan menetapkan harga sama halnya dengan pembaruan pemasaran lain, mencakup memahami seberapa besar nilai yang ditempatkan konsumen atas manfaat yang mereka terima dari produk dan penetapan harga seperti *value* dari pembeli.
2. Elastisitas Harga  
Responsif permintaan pada harga jika terdapat seikit dari perubahan harga maka akan memberikan perubahan sehingga menjadi inelastis dan sebaliknya jika terdapat banyak perubahan, maka dia dikatakan berstatus elastis. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tidak elastis suatu permintaan dari konsumen, maka harga dapat dinaikan secara terus menerus.
3. Perbandingan Harga Kompetitor  
Perbandingan harga dari kompetitor menjadi faktor lain yang memberikan dampak keputusan penetapan harga produk yang menjadi reaksi dari ketatnya persaingan. Seorang konsumen cenderung membeli suatu produk akan mengevaluasi serta nilai dari perbandingan sejenis lainnya.

### Kualitas Pelayanan

Menurut Silvestro, kualitas pelayanan memiliki efek jangka panjang dalam bentuk kepuasan pelanggan dan akan membuat pelanggan menjadi loyal terhadap perusahaan. Kualitas pelayanan dapat diwujudkan dengan cara mampu memenuhi kebutuhan pelanggan. Maka kualitas pelayanan dapat menjadi sebuah perbandingan seberapa jauh harapan yang diinginkan oleh pelanggan dengan apa yang sebenarnya didapatkan (Kusumaningtyas, 2016).

Kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu menyesuaikan ekspektasi pelanggan. Masukkan yang ndose bikin (Lewis & Boom, 2016). Bisa disimpulkan dari beberapa definisi diatas bahwa, kualitas adalah sebuah bentuk pengukuran terhadap suatu nilai layanan yang diberikan oleh produsen atau diterima oleh konsumen berupa jasa atau produk tetap sebagai faktor kebutuhan.

Ada lima indikator kualitas pelayanan menurut (Kotler, 2017), yaitu meliputi :

1. *Reliability* (Kehandalan), yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan janji yang ditawarkan. Penilaian kualitas layanan dilihat dari kemampuan perusahaan yang berkaitan dengan ketepatan pelayanan frontliner untuk memenuhi keinginan dan harapan nasabah.

2. *Assurance* (Jaminan), meliputi kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, jaminan keselamatan, keterampilan dalam memberikan keamanan di dalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan.
3. *Tangibles* (Tampilan/bukti fisik), adalah wujud kenyataan secara fisik yang meliputi penampilan dan kelengkapan fasilitas fisik seperti, gedung, tersedianya tempat parkir, kebersihan, kerapian, dan kenyamanan ruang tunggu, maupun ruangan lainnya.
3. *Empathy* (Empati), yaitu perhatian secara individual yang diberikan perusahaan terhadap konsumen dan keluarganya seperti kemudahan untuk menghubungi, kemampuan untuk berkomunikasi, perhatian yang tinggi dari petugas, dan kemudahan dalam mencapai lokasi.
4. *Responsiveness* (Ketanggapan dan kepedulian), yaitu respon atau kesigapan karyawan dalam membantu konsumen dan memberikan layanan yang cepat dan tanggap, yaitu meliputi kesigapan karyawan dalam melayani konsumen, kecepatan karyawan dalam menangani transaksi, dan penanganan.

### **Kepuasan Pelanggan**

Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong, kepuasan pelanggan secara keseluruhan menunjukkan sikap terhadap penyedia layanan, atau reaksi emosional untuk perbedaan antara apa yang pelanggan harapkan dan apa yang mereka terima. Kepuasan pelanggan ini digunakan untuk mengukur kinerja perusahaan di kedua internal untuk mengkompensasi sumber daya manusia, mengamati kinerja dan menetapkan dana serta untuk kepuasan pelanggan eksternal juga sebagai sumber informasi bagi semua pemangku kepentingan (pelanggan, kebijakan publik yang dibuat pesaing dan investor) (Kotler & Armstrong, 2016).

Terdapat beberapa indikator kepuasan pelanggan, yaitu (Setiawan & Rahardjo, 2016):

1. Perasaan Puas  
Perasaan puas merupakan bentuk ungkapan perasaan dari puas atau tidak puasnya pelanggan dalam menerima layanan atau produk dari perusahaan.
2. Selalu Membeli Produk  
Pelanggan akan tetap memakai dan terus menggunakan jasa apabila tercapainya harapan yang diinginkan.
3. Merekomendasikan Kepada Orang Lain  
Pelanggan yang mendapatkan kepuasan akan memberikan rekomendasi melalui informasi yang diberikan kepada orang lain sehingga menciptakan dan menghasilkan pelanggan baru untuk perusahaan.
4. Terpenuhinya Harapan Pelanggan  
Setelah membeli produk yang sesuai atau tidaknya kualitas jasa pasca pembelian suatu produk dengan harapan yang diinginkan pelanggan.

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Dalam penelitian ini pelanggan maskapai Lion Air di kota Pontianak yang melakukan penerbangan dengan rute Pontianak – Yogyakarta yang menggunakan jasa maskapai Lion Air. Sampel penelitian ini terdiri dari 100 responden yang dihasilkan dari substitusi slovin. Analisis pengolahan data yang diperoleh dengan menggunakan Skala Likert yaitu memberikan masing-masing skor kepada pengguna maskapai tersebut diproses dan diolah untuk dipergunakan sebagai alat mengukur variabel yang diteliti, untuk lebih jelasnya kriteria penelitian dari setiap pertanyaan dalam kuesioner yang dijawab oleh responden, pertanyaannya pada

kuesioner (angket) menggunakan Skala Likert 1-5. Analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda dengan dibantu *software* SPSS.

## **Pembahasan**

### **Pengaruh harga (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)**

Hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa, pengujian hipotesis pertama (H1) diketahui nilai t hitung harga (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Y) adalah sebesar 3,044 lebih besar dari t tabel 1,988. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima yang berarti terdapat pengaruh harga (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Y).

### **Pengaruh Kualitas pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)**

Hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa, pengujian hipotesis kedua (H2) diketahui nilai t hitung kualitas pelayanan (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) adalah sebesar 10,471 lebih besar dari t tabel 1,988. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 diterima yang berarti terdapat pengaruh kualitas pelayanan (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y).

### **Seberapa besar harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2) berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)**

Hasil analisis penelitian berdasarkan output diatas didapat nilai R *Square* sebesar 0,696. Hal ini mengandung arti bahwa pengaruh variabel X1 dan X2 secara simultan terhadap variabel Y adalah sebesar 69,6%.

## **Kesimpulan**

Berdasarkan output didapat bahwa t hitung 3,044 lebih besar dari t tabel 1,988 dan dapat disimpulkan bahwa harga secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Sementara hasil yang telah diperoleh bahwa t hitung 10,471 lebih besar dari t tabel 1,988 dan dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Kemudian berdasarkan *output* tersebut diperoleh bahwa pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan secara simultan (bersama-sama) sebesar 69,6%.

## **Daftar Pustaka**

- Genpijogja. (2019, Oktober 9). *Mulai September, Lion Air Buka Penerbangan Pontianak Yogyakarta*. Retrieved from Genpijogja Website: <https://genpijogja.com>.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kusumaningtyas, D. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap Pada Rumah Sakit X Di Kota Malang. *Jurnal NUSAMBA, Vol.1, No.1*, 68-70.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.
- Windyastari, S., Huda, M., & Rini, T. (2019). Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Penumpang Pesawat Terbang Di Bandara Syamsudin Noor Banjarmasin. *Jurnal Rekayasa dan Manajemen Konstruksi, Vol.7, No.1*, 67-74.