

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 latar Belakang

Pada era globalisasi transportasi udara adalah transportasi yang banyak diminati terutama, dalam hal efektif dan efisien waktu yang didapatkan oleh penumpang ketika menggunakan pesawat. Perusahaan penerbangan terbagi menjadi dua kategori pelayanan yaitu, *full board service* dan *low cost carrier*. Dengan semakin ketatnya persaingan di sektor penerbangan, perusahaan-perusahaan yang menjalankan bisnis penerbangan seringkali mengupgrade strategi pemasaran dan pelayanan untuk kepuasan pelanggan. Persaingan sengit ini terjadi pada banyak maskapai penerbangan murah (*low cost carrier*).

Faktor-faktor yang mempengaruhi pelanggan saat menggunakan jasa transportasi, seperti kualitas layanan yang dialokasikan, perasaan kepuasan pelanggan yang diperoleh, dan nilai yang dipikirkan pelanggan. Perusahaan yang berhasil memasarkan suatu produk/jasa kepada pelanggan dengan pelayanan yang memuaskan mendapatkan citra yang baik dari pelanggan tersebut. layanan tersebut meliputi layanan yang menyediakan produk/jasa, layanan pada saat pemberian layanan, layanan atas risiko yang terjadi pada saat pemberian layanan, dan selakunya.

PT. lion Mentari Airlines, dioperasikan oleh lion Air, adalah maskapai penerbangan bertarif rendah yang berbasis di Jakarta, Indonesia. lion Air adalah maskapai swasta terbesar di

Indonesia. Ini memiliki jaringan keberangkatan dari Indonesia, Filipina, Malaysia, Thailand, Australia, India, Arab dan Jepang dan penerbangan charter ke China, Hong Kong, Korea Selatan dan Makau. Lion Air sudah dapat mengupgrade rencana penerbangan jangka panjang, mempercepat ekspansi di wilayah Asia Tenggara, dan memberdayakan pesawat untuk membuat anak perusahaan, yaitu Wings Air dan Batik Air yang melayani operasional maskapai di Indonesia dan dalam melayani penerbangan luar negeri, Lion Air memperkuat kehadirannya dengan mendirikan Malindo Air dan Thai Lion Air. Dengan motto “ *We make people fly* “ Lion Air menerapkan *low cost carrier* yang menawarkan harga yang rendah dengan tujuan utamanya ini tentang memperluas cakupan layanan dan melayani segmen pasar yang lebih besar. Untuk menjamin kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan harus dipenuhi oleh maskapai, meski dengan harga murah. Dengan adanya maskapai penerbangan yang murah, sangat membantu masyarakat untuk melakukan aktivitas penerbangan antar pulau di Indonesia dengan waktu cepat. Untuk memenuhi kepuasan pelanggan Lion Air memiliki anak perusahaan untuk sebuah maskapai penerbangan *full board service* yang bernama Batik Air. Batik Air sama dengan maskapai yang menyediakan dan memberikan pelayanan secara penuh kepada pelanggan seperti layanan catering, *in-flight entertainment*, jatah bagasi Cuma-cuma yang besar dan lain selakunya. Dengan adanya peningkatan kualitas jasa yang ditawarkan dan menjaga kepuasan pelanggan Lion Air levelkan pelayanan pengurus dengan pelayanan dan staf pramugari yang selalu menjadi yang terdepan dalam kualitas pelayanan perusahaan. Pada tahun 2016 Lion Air masuk dalam daftar maskapai penerbangan bertarif rendah yang menawarkan layanan terbaik di dunia, tergantung versi Sky Trax, dan kemudian memenangkan dua penghargaan:

kabin berbiaya rendah terbaik dan kursi premium harga rendah terbaik. Survei *Sky Trax* dilakukan dengan mengukur standar pada 49 indikator kinerja utama pada produk serta layanan garis depan maskapai ,yang terdiri dari tiga bagian yaitu *ground / airport, on ground product , dan cabin service*.

Kepuasan pelanggan adalah rasa senang dan kecewa yang timbul setelah membandingkan hasil yang diharapkan. (Kotler & Keller, 2008:138). Kepuasan pelanggan dianggap selaku konsep multidimensi yang mencakup tidak hanya biaya, peralatan, dan keterampilan interpersonal, tetapi hasil akhir, dan kepuasan mempengaruhi teknologi fasilitas, pengetahuan, perilaku, perilaku, dan penyedia. Terjadi selaku hasil dari memberi. level kepuasan juga sangat subjektif ketika konsumen yang satu berbeda dengan konsumen yang lain. Hal ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor, termasuk usia, pekerjaan, pendapatan, pendidikan, jenis kelamin, status sosial, level keuangan, budaya, perilaku mental dan kepribadian.

(Tjipto, 2004:26) dikutip dalam Parasraman untuk menerapkan dimensi kualitas pelayanan, yaitu bukti fisik (*type*), keandalan (*reliability*), reaksi (*reaction*), jaminan (*assurance*) dan empati (*emphaty*) untuk melaksanakan kualitas pelayanan. Ukuran ini dikenal dengan model kualitas pelayanan.

Bukti fisik baik atau tidak mungkin atau tidak muncul, skill fasilitas dan infrastruktur harus dapat diandalkan. Penampilan layanan, karyawan, dan komunikasi menawarkan warna dalam layanan ini. Perangkat dan teknologi yang diaplikasikan, yang diaplikasikan, mempengaruhi layanan pelanggan.

Karyawan adalah nomor yang dapat memperhatikan perilaku, penampilan, dan komunikasi yang mengesankan tentang layanan ini. Dalam hal ini, level di mana perusahaan menyediakan dasar untuk fasilitas komunikasi selaku upaya untuk menawarkan dalam layanan adalah hal yang tidak terpisahkan.

Keandalan adalah skill untuk memenuhi janji (tepat waktu, konsistensi, kecepatan pelayanan). Pemenuhan suatu janji dalam suatu jasa dapat mencerminkan kredibilitas perusahaan jasa tersebut. Anda dapat melihat level skill perusahaan di sini. Keandalan berkaitan dengan kemungkinan bahwasanya suatu produk akan berhasil dalam kondisi tertentu dan dalam jangka waktu tertentu.

Responsiveness adalah kebijakan kami untuk memberikan layanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan kami. Bentuk kepedulian dapat melalui pencapaian informasi dan penjelasan atau melalui tindakan yang mungkin dirasakan pelanggan.

Jaminan adalah pengetahuan dan keakraban karyawan dan skill untuk melakukan pekerjaan secara sukarela, yang sama dengan jaminan pekerjaan yang baik. sehingga dapat menimbulkan kepercayaan dan kepercayaan pelanggan. level pengetahuan mereka menunjukkan level kepercayaan pelanggan mereka. Perilaku ramah, sopan dan bersahabat sama dengan ekspresi kepedulian pelanggan.

Empathy berkomitmen untuk menyediakan pelanggan dengan jaminan pribadi atau pribadi dan memahami keperluan mereka. level perhatian dan perhatian perusahaan kepada pelanggan perseorangan membuatnya sangat didambakan oleh pelanggan untuk mendengarkan dan berkomunikasi secara perseorangan. Mereka semua mewakili berbagai level layanan yang disediakan.

Dalam hal ini, jika perusahaan dapat memberikan harapan sesuai dengan keperluan dan keperluan pelanggan, maka kualitas pelayanan erat kaitannya dengan kepuasan pelanggan. Sehingga perusahaan dapat memberikan kepuasan pelanggan. Pelayanan yang menitikberatkan pada aspek kepuasan pelanggan, menciptakan loyalitas kepada perusahaan yang memberikan kualitas pelayanan prima.

Berlandaskan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap kualitas pelayanan yang diduga mempengaruhi kepuasan pelanggan pelanggan di PT. Lion Mentari Airlines di Surabaya. Alasan yang mendasari pemilihan objek penelitian adalah PT.Lion Mentari Airlines sama dengan maskapai penerbangan swasta terbesar di Indonesia yang memiliki dua kategori pelayanan. Maskapai ini menawarkan jasa pelayanan yang berkualitas serta dengan harga yang bersaing sehingga pelanggan akan mendapatkan kepuasan ketika melakukan aktivitas penerbangan. Peneliti melakukan penelitian dengan judul “ **Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT.lion Mentari Airlines di Surabaya** “.

1.2 Rumusan Masalah

Berlandaskan latar belakang tersebut, peneliti ingin mengetahui hal-hal yang berkaitan dengan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT.lion Mentari Airlines , maka peneliti merumuskan masalah selaku berikut :

1. Apakah kehandalan (*Reliability*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT.lion Mentari Airlines di Surabaya ?
2. Apakah jaminan (*Assurance*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT.lion mentari Airlines di Surabaya ?
3. Apakah bukti fisik (*Tangible*) berpengaruh signifikan terhadap

kepuasan pelanggan PT. Lion Mentari Airlines di Surabaya ?

4. Apakah Empati (*Empathy*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Lion Mentari Airlines di Surabaya ?
5. Apakah daya tanggap (*Responsiveness*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Lion Mentari Airlines di Surabaya ?
6. Apakah kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Lion Mentari Airlines di Surabaya ?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan latar belakang dan rumusan masalah diatas, tujuan yang ingin dicapai melalui penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh kehandalan (*Reliability*) terhadap kepuasan pelanggan PT. Lion Mentari Airlines di Surabaya ?
2. Untuk menganalisis pengaruh jaminan (*Assurance*) terhadap kepuasan pelanggan PT. Lion Mentari Airlines di Surabaya ?
3. Untuk menganalisis pengaruh bukti fisik (*tangible*) terhadap kepuasan pelanggan PT. Lion Mentari Airlines di Surabaya ?
4. Untuk menganalisis pengaruh empati (*Empathy*) terhadap kepuasan pelanggan PT. Lion Mentari Airlines di Surabaya ?
5. Untuk menganalisis pengaruh daya tanggap (*Responsiveness*) terhadap kepuasan pelanggan PT. Lion Mentari Airlines di Surabaya ?

6. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan PT. Lion Mentari Airlines di Surabaya ?

1.4 Manfaat Penelitian

Berlandaskan penelitian ini diharapkan memperoleh informasi yang bermanfaat diantaranya

1. Secara teoritis

Penelitian ini dapat menambah pengetahuan khususnya mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan dapat menjadi bahan pembelajaran ilmu pengetahuan khususnya pada bisnis jasa.

2. Secara Praktis

- a. Bagi perusahaan

Selaku tinjauan dan evaluasi strategi pelayanan peningkatan kualitas pelayanan berlandaskan bukti fisik, keandalan, daya tanggap, keamanan dan empati yang dapat dibangun terhadap kepuasan pelanggan

- b. Bagi peneliti

Selaku levelkan pengetahuan Anda, terutama tentang esensialnya kualitas layanan dalam bisnis, sehingga Anda dapat menerapkannya ke dunia kerja yang sebenarnya.

c. Bagi peneliti lain

Terutama selaku referensi dan informasi bagi peneliti lain yang melakukan penelitian lebih lanjut tentang kualitas pelayanan kepuasan pelanggan.