

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan zaman dan perkembangan teknologi, sektor jasa merupakan sektor yang mengalami peningkatan dari tahun-tahun sebelumnya karena sektor ini memiliki kontribusi yang cukup besar terhadap perekonomian Negara. Dinamika yang terjadi pada sektor jasa terlihat dari perkembangan industri jasa seperti jasa penerbangan. Seperti yang kita ketahui jasa penerbangan dewasa ini mengalami perkembangan yang begitu pesat, dapat dilihat dari semakin banyaknya jumlah maskapai penerbangan yang ada khususnya maskapai penerbangan Indonesia.

Kunci keberhasilan penyelenggaraan jasa penerbangan adalah memberikan pelayanan yang dapat memenuhi dan menjawab segala kebutuhan dan permasalahan penumpang setiap saat, di manapun dan dalam kondisi apapun secara cepat dan tepat. Oleh karena itu setiap organisasi yang bergerak di bidang pelayanan jasa penerbangan dituntut untuk menempatkan orientasi kepada kepuasan penumpang sebagai tujuan akhir. Dewasa ini semakin diyakini bahwa kunci utama untuk memenangkan persaingan dalam dunia usaha penerbangan yang semakin ketat adalah memberikan kepuasan kepada penumpang melalui penyampaian jasa yang bermutu dan berkualitas. Perubahan paradigma telah memaksa setiap perusahaan maskapai penerbangan terutama pada penerbangan nasional untuk melakukan berbagai pembenahan. Data

Badan Pusat Statistik (BPS) menyatakan bahwa jumlah penumpang pesawat domestik pada Juni 2012 mengalami peningkatan sebanyak 4,6 juta orang atau naik 21,17 persen dibanding bulan sebelumnya. Peningkatan terjadi di Bandara Hasanuddin, Makasar sebesar 7,82 persen; Ngurah Rai, Denpasar sebesar 5,33 persen; Kuala Namu, Medan sebesar 3,72 persen; dan Soekarno Hatta, Jakarta sebesar 0,98 persen (<http://www.tempo.co/read/news/2012/08/01/090420745/BPS-Penumpang-Pesawat-Makin-Banyak>). Berikut daftar nama maskapai penerbangan Indonesia tahun 2013:

Tabel 1.1
Nama Maskapai Penerbangan Indonesia tahun 2013

No	Nama Maskapai
1.	Garuda Indonesia
2.	Merpati
3.	Mandala
4.	Air Asia
5.	Lion Air
6.	Wings Air
7.	Sriwijaya Air
8.	Citilink

Sumber: <http://hubud.dephub.go.id/?id/aoc/index/filter:tahun,0;bulan,0;code,0;category,1;remark,0> diakses 22 September 2013 Pk 18.45 WIB.

Kualitas pelayanan yang baik tidak hanya diukur dari kemewahan fasilitas kelengkapan teknologi dan penampilan fisik petugasnya, tetapi juga diukur dari efisiensi dan efektifitas serta ketepatan pemberian pelayanan kepada penumpang. Seperti yang kita ketahui bahwa ketepatan dalam pemberian pelayanan kepada penumpang ini memang sangat diperlukan, karena jika penumpang

merasa puas maka akan memberi dampak yang sangat positif terhadap penyelenggara maskapai penerbangan khususnya maskapai penerbangan Indonesia. Apabila penyelenggara maskapai penerbangan mampu untuk memberikan kualitas pelayanan yang sangat baik, maka akan dapat menumbuhkan kepuasan pada penumpang dan pada akhirnya akan menciptakan *Behavior Intention* (JEN dan Jung LU, 2003).

Kualitas pelayanan dibangun atas adanya perbandingan dua faktor utama yaitu persepsi pelanggan atas layanan yang nyata mereka terima dengan layanan sesungguhnya diharapkan atau diinginkan. Jika kenyataan lebih dari yang diharapkan, maka pelayanan dapat dikatakan bermutu, sedangkan jika kenyataan kurang dari yang diharapkan, maka pelayanan dapat dikatakan tidak bermutu. Dan apabila kenyataan sama dengan harapan, maka pelayanan dapat dikatakan memuaskan. Dengan demikian, kualitas pelayanan (*Service Quality*) dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan penumpang atas layanan yang mereka terima atau peroleh. (Parasuraman dkk., 1998; dalam Lupiyoadi, 2013:216).

Ada lima dimensi yang digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan yang lebih dikenal dengan istilah RATER yaitu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat serta tepat kepada penumpang (*responsiveness*), pengetahuan dan kemampuan para pegawai perusahaan dalam menumbuhkan rasa percaya para penumpang kepada perusahaan (*assurance*), kemampuan perusahaan menunjukkan eksistensinya kepada pihak luar

(*tangible*), memberikan perhatian yang tulus dan bersifat pribadi yang diberikan kepada penumpang dengan berupaya memahami keinginan mereka (*empathy*), dan kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya (*reliability*). (Parasuraman dkk., 1998; dalam Lupiyoadi, 2013:217).

Meskipun dimensi dalam *Service Quality* telah dapat terpenuhi, yang tidak kalah pentingnya, penumpang harus dapat merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak penyedia jasa . Terutama pada era globalisasi ini, perusahaan akan selalu menyadari akan pentingnya faktor kepuasan penumpang. Oleh karena itu, mengukur tingkat kepuasan penumpang sangatlah perlu, walaupun hal tersebut tidaklah semudah mengukur tinggi badan atau berat badan penumpang tersebut. Kepuasan adalah perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan kinerja produk/jasa yang diterima dan yang diharapkan (Kotler ,1997; dalam Lupiyoadi, 2013:228).

Apabila tingkat perasaan seseorang terhadap perbandingan kinerja produk atau jasa baik (puas), maka akan mendorong penumpang untuk berperilaku tertentu / *Behavior Intention*. *Behavior Intention* adalah pola perilaku seorang penumpang terhadap pembelian dan penggunaan produk dan jasa yang telah dirasakan. Pola perilaku penumpang dibagi menjadi lima dimensi yaitu loyalitas, keinginan untuk beralih produk, kemauan untuk membayar lebih, respons lingkungan eksternal pada penyelesaian

masalah, dan respons lingkungan internal pada penyelesaian masalah (Zeithaml dkk., 1996; dalam Lupiyoadi, 2013:238-239).

Kualitas pelayanan kepada para penumpang menjadi tujuan dalam memperbaiki pemenuhan kepuasan penumpang atas pelayanan yang diterima yaitu terpenuhinya harapan, keinginan dan kebutuhan penumpang. Harapan penumpang yaitu cepat mendapatkan pelayanan serta pelayanan sesuai dengan jangkauan pembiayaan yang dikenakan dan juga terpenuhinya layanan yang berkualitas, sehingga akan menumbuhkan *Behavior Intention*.

Penelitian ini mengadaptasi dari dua penelitian terdahulu, yang membahas mengenai pelayanan penumpang dan *Behavior Intention*. Penelitian pertama dilakukan oleh JEN dan Jung LU pada tahun 2003 di Taiwan dengan judul “*Effect of Service Quality, Customer Satisfaction, and Switching Barrier on Passenger Behavior Intention in Scheduled Coach Service*”. Hasil yang diperoleh, *Switching Barrier* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *Passenger Behavior Intention* sedangkan *Service Quality* berpengaruh terhadap *Satisfaction* dan *Passenger Behavior Intention* dengan obyek para penumpang yang berada di ruang tunggu pada empat maskapai penerbangan.

Penelitian kedua, dilakukan oleh Woro Utari (2010) dengan judul “*Model Kepuasan Pelanggan Sebagai Moderating Variabel Guna Meningkatkan Loyalitas Pelanggan pada Maskapai penerbangan*”. Hasil yang diperoleh, terdapat hubungan langsung yang signifikan antara variabel kualitas pelayanan dengan kepuasan penumpang.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan objek penelitian penumpang maskapai penerbangan Indonesia, dengan judul “ Pengaruh *Service Quality* terhadap *Behavior Intention* melalui *Satisfaction* pada *Passenger* Maskapai Penerbangan Indonesia”.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah *Service Quality* berpengaruh terhadap *Satisfaction* pada *passenger* maskapai penerbangan Indonesia?
2. Apakah *Satisfaction* berpengaruh terhadap *Behavior Intention* pada *passenger* maskapai penerbangan Indonesia?
3. Apakah *Service Quality* berpengaruh terhadap *Behavior Intention* melalui *Satisfaction* pada *passenger* maskapai penerbangan Indonesia?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Service Quality* terhadap *Satisfaction* pada *passenger* maskapai penerbangan Indonesia.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Satisfaction* terhadap *Behavior Intention* pada *passenger* maskapai penerbangan Indonesia.

3. Untuk mengetahui pengaruh *Service Quality* terhadap *Behavior Intention* melalui *Satisfaction* pada *passenger* maskapai penerbangan Indonesia.

1.4 Manfaat Penelitian

Dari perumusan masalah serta tujuan penelitian di atas, manfaat penelitian yang ingin dicapai adalah:

1. Manfaat Akademis :

Menerapkan teori mengenai *Service Quality*, *Satisfaction*, dan *Behavior Intention*. Penelitian ini juga dapat digunakan sebagai bahan masukan atau pembanding bagi bagi peneliti-peneliti selanjutnya, khususnya yang berkaitan dengan *Service Quality*, *Satisfaction*, dan *Behavior Intention* pada jasa transportasi.

2. Manfaat Praktis :

Sebagai bahan informasi dan masukan bagi manajemen maskapai penerbangan Indonesia, agar dapat menentukan strategi pemasaran yang efektif dalam meningkatkan *Service Quality* dan *Satisfaction* supaya dapat memperoleh *Behavior Intention* yang positif.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB 1. PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang penelitian terdahulu, landasan teori yang terdiri dari *service quality*, *satisfaction*, *passenger behavior intention*, pengaruh antar variabel, kerangka konseptual, dan hipotesis.

BAB 3. METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang desain penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional variabel, jenis dan sumber data, pengukuran variabel, alat dan metode pengumpulan data, populasi, sampel, dan teknik pengambilan sampel, serta teknik analisis data.

BAB 4. PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang karakteristik responden, statistik deskriptif variabel penelitian, analisis data, dan pembahasan.

BAB 5. PENUTUP

Bab ini membahas simpulan dari pengujian hipotesis dan pembahasan yang dilakukan, serta mengajukan saran yang dapat berguna bagi manajemen maskapai penerbangan Indonesia dan penelitian selanjutnya.