

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan rahmat yang telah diberikan-Nya, sehingga laporan Tugas Akhir dengan judul “Analisis Pengaruh *Perceived Service Quality*, *Service Convenience*, dan *Perceived Service Fairness* Terhadap *Customer Engagement Behavior* Melalui *Customer Satisfaction* Pada Penumpang Pesawat Lion Air di Surabaya” dapat diselesaikan dengan tepat waktu. Laporan penelitian ini dibuat sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen Strata Dua Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya.

Laporan Tugas Akhir ini tidak dapat terwujud tanpa adanya doa dan dukungan yang telah diberikan oleh berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ronald S.T., M.M. sebagai dosen pembimbing pertama yang selalu sabar dan meluangkan waktu menjawab semua pertanyaan mengenai studi saat berkuliah di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya sampai pada saat pembuatan tugas akhir ini.
2. Ibu Dr. Yolanda Soediby, S.T., M.M., sebagai dosen penguji pertama. Terima kasih atas waktu, perhatian dan saran yang ibu berikan sehingga penelitian ini dapat terselesaikan.
3. Ibu Dr. Amelia, S.E, RFP-I, M.M., sebagai dosen penguji kedua. Terima kasih atas waktu, perhatian dan saran yang ibu berikan sehingga penelitian ini dapat terselesaikan.
4. Para staff pengajar Program Magister Strata Dua Jurusan Manajemen Universitas Pelita Harapan Surabaya yang telah memberikan ilmu melalui suatu kegiatan belajar, mengajar dengan dasar pemikiran analisis dan pengetahuan yang lebih baik sehingga diharapkan berguna bagi penulis setelah lulus nanti.

5. Dosen penguji dua yang turut membantu saya dalam memberi masukan.
6. Kedua orang tua saya, Ripto Wiwoho, terimakasih untuk selalu ada memberikan dukungan doa dan memberi semangat untuk menyelesaikan penelitian ini.
7. Terimakasih untuk seluruh sahabat saya yang membantu proses penyebaran kuesioner dan selalu memberikan semangat untuk saya dalam menyelesaikan tugas akhir.
8. Terimakasih untuk teman-teman di program Magister Manajemen Universitas Pelita Harapan Surabaya, Leo, Ryan, Ervina, Agnes dan Feby yang saling memberi dukungan dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
9. Pihak lain yang tidak dapat disebut satu persatu yang telah membantu penulis dalam penyusunan penelitian ini.

Akhir kata, hanya doa yang dapat penulis panjatkan semoga Tuhan berkenan membalas kebaikan dari Bapak, Ibu, Saudara, Saudari sekalian. Saya menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam laporan penelitian ini. Oleh karena itu, kritik dan saran dari pembaca akan sangat bermanfaat bagi saya. Semoga laporan penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Surabaya, 19 Desember 2022

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	ii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Batasan Masalah	13
1.3 Rumusan Masalah.....	14
1.4 Tujuan Penelitian	15
1.5 Manfaat	15
1.5.1 Manfaat Teoritis	15
1.5.2 Manfaat Praktis.....	16
1.6 Sistematika Penulisan	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	19
2.1 Landasan Teori	19
2.1.1 <i>Customer Engagement Behavior</i>	19
2.1.2 <i>Perceived Service Quality</i>	22
2.1.3 <i>Service Convenience</i>	23

2.1.4	<i>Service Fairness</i>	25
2.1.5	<i>Customer Satisfaction</i>	27
2.2	Penelitian Terdahulu	28
2.3	Pengembangan Hipotesis	31
2.3.1	Pengaruh <i>Perceived Service Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	31
2.3.2	Pengaruh <i>Service Convenience</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	32
2.3.3	Pengaruh <i>Perceived Service Fairness</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	33
2.3.4	Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Engagement Behavior</i>	34
2.4	Model Penelitian	35
2.5	Bagan Alur Berpikir.....	36
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		38
3.1	Jenis Penelitian	38
3.2	Populasi dan Sampel.....	39
3.2.1	Populasi	39
3.2.2	Sampel	39
3.3	Metode Pengumpulan Data.....	41
3.4	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	46
3.5	Metode Analisis Data.....	47
3.5.1	Uji Reliabilitas.....	61
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN		63
4.1	Gambaran Umum.....	63
4.1.1	Lion Air	63
4.1.2	Profil Responden	64

4.2 Analisis Data.....	66
4.2.1 Tanggapan Responden	66
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel.....	79
4.2.3 Hasil Pengujian Kualitas Data.....	97
4.2.4 Hasil Pengujian Hipotesis	115
4.3 Pembahasan	122
BAB V KESIMPULAN.....	156
5.1 Simpulan	156
5.1.1 Simpulan Atas Hipotesis	157
5.1.2 Simpulan Atas Masalah Penelitian.....	162
5.2 Implikasi	163
5.2.1 Implikasi Teoritis	163
5.2.2 Implikasi Manajerial.....	165
5.3 Rekomendasi.....	170
DAFTAR PUSTAKA	171
LAMPIRAN.....	1

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 2 Data Maskapai Domestik di Indonesia.....	3
Gambar 1. 3 Jumlah Penumpang Maskapai Domestik di Indonesia.....	4
Gambar 1. 4 Rute Penerbangan Domestik Lion Air di Indonesia.....	6
Gambar 1. 5 Awak kabin Lion Air memperagakan safety demonstration.....	9
Gambar 1. 6 Situs Resmi Lion Air yang Menyediakan Layanan Pembelian Tiket	10
Gambar 1. 7 Suasana di Dalam Kabin Pesawat Lion Air	11
Gambar 1. 8 Contoh email yang dikirimkan Lion Air kepada penumpangnya	12
Gambar 2. 1 Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian Sebelumnya.....	30
Gambar 2. 2 Kerangka Penelitian	35
Gambar 3. 1 Diagram Alur Kerangka Pemikiran Teoritis	53
Gambar 4. 1 Uji Confirmatory Analysis Service konstruk eksogen.....	106
Gambar 4. 2 Uji Confirmatory Analysis konstruk endogen	108
Gambar 4. 3 Hasil Estimasi Structural Equation Model (Full Model)	111

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Desain Inti Kuesioner.....	43
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel.....	46
Tabel 3. 3 Keterangan Indikator Konstruk.....	50
Tabel 3. 4 Keterangan Hubungan Konstruk.....	53
Tabel 3. 5 Hasil Konversi ke dalam Persamaan Model Pengukuran Konstruk Eksogen dan Endogen	54
Tabel 3. 6 Indeks Pengujian Kelayakan Sebuah Model (Goodness of Fit Index)	60
Tabel 4. 1 Statistik Deskriptif Jenis Kelamin Responden.....	64
Tabel 4. 2 Statistik deskriptif Usia responden	65
Tabel 4. 3 Derajat Penilaian Setiap Variabel	67
Tabel 4. 4 Tanggapan Responden terhadap Service Convenience	68
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden terhadap Perceived Service Quality.....	71
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden terhadap Perceived Service Fairness	73
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden terhadap Customer Satisfaction.....	75
Tabel 4. 8 Tanggapan Responden Terhadap Customer Engagement Behavior....	77
Tabel 4. 9 Distribusi Tanggapan Responden terhadap Variabel Dimensi Service Convenience	79
Tabel 4. 10 Distribusi Tanggapan Responden terhadap Variabel Perceived Service Quality	87
Tabel 4. 11 Distribusi Tanggapan Responden terhadap Variabel Perceived Service Fairness.....	89
Tabel 4. 12 Distribusi Tanggapan Responden terhadap Variabel Customer Satisfaction	91
Tabel 4. 13 Distribusi Tanggapan Responden terhadap Variabel Customer Engagement Behavior	93
Tabel 4. 14 Indeks Pengujian Kelayakan Model (Goodness of Fit Index)	98

Tabel 4. 15 Hasil Uji Normalitas Data.....	99
Tabel 4. 16 Statistik Deskriptif Z-Score	101
Tabel 4. 17 Uji Multivariate Outlier	103
Tabel 4. 18 Uji Multicollinearity dan Singularity	105
Tabel 4. 19 Nilai Factor Loading konstruk dimensi eksogen	107
Tabel 4. 20 Nilai Factor Loading konstruk endogen.....	109
Tabel 4. 21 Indeks Pengujian Kelayakan SEM Model (Base Model)	111
Tabel 4. 22 Regression Weights Full Structural Equation Model	113
Tabel 4. 23 Hasil Uji Reliabilitas Konstruk.....	115
Tabel 4. 24 Hasil Uji Hipotesis	116
Tabel 4. 25 Indikator Variabel Customer Satisfaction.....	126
Tabel 4. 26 Regression Weights Full Structural Equation Model untuk Dimensi Customer Engagement Behavior.....	129
Tabel 4. 27 Indikator Variabel Customer Helping Customer	130
Tabel 4. 28 Indikator Variabel Word of Mouth	132
Tabel 4. 29 Indikator Variabel Customer Helping Company	134
Tabel 4. 30 Indikator Variabel Perceived Service Quality	138
Tabel 4. 31 Regression Weights Full Structural Equation Model untuk Dimensi Service Convenience	141
Tabel 4. 32 Indikator Dimensi Access Convenience	142
Tabel 4. 33 Indikator Dimensi Decision Convenience	144
Tabel 4. 34 Indikator Dimensi Benefit Convenience.....	146
Tabel 4. 35 Indikator Dimensi Transaction Convenience.....	148
Tabel 4. 36 Indikator Dimensi Post Benefit Convenience.....	150
Tabel 4. 37 Indikator Variabel Perceived Service Fairness	152

Tabel 5. 1 Implikasi Teoritis	164
Tabel 5. 2 Implikasi Manajerial	169



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A : KUESIONER	A-1
LAMPIRAN B : TABULASI DATA KUESIONER.....	B-1
LAMPIRAN C : HASIL UJI STATISTIK DESKRIPTIF.....	C-1
LAMPIRAN D : UJI NORMALITAS.....	D-1
LAMPIRAN E : UJI OUTLIER UNIVARIAT DENGAN Z-SCORE.....	E-1
LAMPIRAN F : UJI OUTLIER MULTIVARIAT DENGAN MAHALANOBIS DISTANCE	F-1
LAMPIRAN G : UJI MULTIKOLINIERITAS DAN SINGULARITAS.....	G-1
LAMPIRAN H : HASIL ESTIMASI MEASUREMENT MODEL.....	H-1
LAMPIRAN I : PERHITUNGAN CONSTRUCT RELIABILITY DAN AVE	I-1
LAMPIRAN J : HASIL ESTIMASI STRUCTURAL MODEL.....	J-1
LAMPIRAN K : HASIL TURNITIN	K-1