

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan perekonomian khususnya sektor jasa di Indonesia berlangsung sangat pesat. Salah satu jenis jasa yang berkembang pesat adalah di bidang jasa penerbangan. Hal ini bukan lain karena peranan dan fungsi transportasi udara yang sangat penting untuk mobilitas masyarakat saat ini. Pentingnya transportasi udara tercermin pada semakin meningkatnya kebutuhan akan jasa angkutan udara bagi mobilitas manusia serta barang di dalam negeri, dari dan ke luar negeri (Purba, 2017).

Tabel 1.1 Jumlah Penumpang Pesawat di Bandara Udara Polonia/Kualanamu Tahun 2014 - 2021

Tahun	Jumlah Penumpang Pesawat di Bandara Udara Polonia / Kualanamu (Orang)		
	Keberangkatan Domestik	Keberangkatan Internasional	Domestik + Internasional
2014	3.134.138	865.728	3.999.866
2015	3.226.695	809.316	4.036.011
2016	3.648.253	849.799	4.498.052
2017	3.677.723	982.886	4.660.609
2018	3.721.611	991.259	4.712.870
2019	2.630.867	1.090.904	3.721.771
2020	1.313.501	188.473	1.501.974
2021	1.358.551	3.150	1.361.701

Sumber: <https://www.bps.go.id/indicator/17/66/1/jumlah-penumpang-pesawat-di-bandara-utama.html>

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (2021) yang tertuang pada tabel 1.1 diatas, tampak perkembangan industri penerbangan yang semakin meningkat ditandai dengan meningkatnya jumlah penumpang pesawat di Bandara Polonia dan Kualanamu dari tahun 2014-2018. Pengangkutan udara, baik domestik maupun internasional mempunyai peranan dan fungsi yang makin penting dalam kehidupan

umat manusia. Sulit untuk dibayangkan dalam kehidupan modern dewasa ini tanpa adanya jasa transportasi udara.

Maraknya penerbangan komersial di Indonesia diawali dengan dikeluarkannya deregulasi industri penerbangan di Indonesia dilaksanakan mulai tahun 2000. Melalui deregulasi tersebut, pemerintah membuka izin seluas-luasnya bagi pendirian perusahaan penerbangan, termasuk mengizinkan maskapai baru menerbangi rute-rute gemuk, yang sebelumnya hanya dikuasi oleh “Garuda Indonesia” dan “Merpati Nusantara” (Setiawan, Nusraningrum, & Pahala, 2015)

Salah satu deregulasi yang dilakukan; melalui Keppres Nomor 33 Tahun 2020, Pemerintah mencabut larangan masuk dan izin pengoperasian pesawat yang sebelumnya diatur dalam Inpres Nomor 1 tahun 1980. Dengan dicabutnya larangan tersebut, maskapai mendapatkan kelonggaran bebas menentukan tipe pesawat yang dioperasikan sesuai kemampuan perusahaan. Umur pesawat juga tidak ditentukan secara eksplisit oleh pemerintah, asal perusahaan dapat memastikan pesawat memenuhi persyaratan dan peraturan kelayakan udara (Setiawan, Nusraningrum, & Pahala, 2015).

Pasca deregulasi tahun 2000, industri penerbangan di Indonesia mengalami perkembangan pesat. Jumlah maskapai penumpang berjadwal mencapai 15 *airlines*, padahal sebelum deregulasi hanya lima *airlines* (Setiawan, Nusraningrum, & Pahala, 2015). Efek lain yang dirasakan pasca deregulasi adalah harga tiket yang semakin terjangkau. Sebelumnya, pemerintah berperan dalam mengatur harga tiket penerbangan, namun seiring era deregulasi, harga tiket diserahkan kepada mekanisme pasar dan pemerintah hanya menentukan patokan harga tiket batas

bawah. Dengan adanya deregulasi, persaingan antar maskapai berlangsung ketat dan harga tiket yang semakin murah mengakibatkan penumpang pesawat mengalami peningkatan yang signifikan (Setiawan, Nusraningrum, & Pahala, 2015).

Bila tahun 1998 hanya 6 juta penumpang, pada tahun 2002 penumpang yang diangkut penerbangan dalam negeri mencapai dua kali lipatnya yaitu menjadi kurang lebih 13 juta penumpang. Pada tahun 2009, jumlah penumpang melonjak hingga di angka 40 juta penumpang. Pada tahun 2012 jumlah penumpang sudah mencapai lebih dari 60 juta. Murahnya harga tiket angkutan udara merupakan salah satu alasan penumpang beralih ke transportasi udara. Akibatnya kepadatan bandara terjadi selama belasan tahun terakhir.

Deregulasi juga memudahkan investor menjalankan bisnis penerbangan. Bila sebelumnya, masyarakat hanya mengenal perusahaan penerbangan seperti: Garuda Indonesia, Merpati Nusantara Airlines, Bouraq, dan Mandala Airlines. Sejak deregulasi mendorong munculnya perusahaan penerbangan baru berbiaya rendah / *low-cost carrier (LCC)*.

LCC adalah redefinisi bisnis penerbangan yang menyediakan harga tiket yang terjangkau serta layanan terbang yang minimalis. Dengan kata lain, produk yang ditawarkan senantiasa berprinsip *low cost* untuk menekan dan mereduksi *operational cost* sehingga bisa menjaring segmen pasar bawah yang lebih luas (Yowanda & Mawardi, 2017).

Konsep *LCC* pertama kali diperkenalkan oleh Southwest Airlines di Amerika Serikat pada tahun 1971. Tetapi, tidak hanya di Amerika saja di Eropa dan

Australia juga menerapkan konsep yang sama dalam industri penerbangannya. Konsep *low-cost carrier* ini pun kemudian melebar ke Asia termasuk juga di Indonesia. Dalam beberapa situs penerbangan tercatat yang memulai konsep *low-cost carrier* pada akhir 2001, yaitu maskapai penerbangan Air Asia.

Di Indonesia sendiri, kebangkitan *low-cost carrier (LCC)* di dunia penerbangan membuat pengguna jasa transportasi udara di Indonesia semakin meningkat setiap tahunnya. Ada sejumlah perusahaan penerbangan yang menggarap segmentasi pasar *low-cost carrier* dan menjadi pesaing langsung maskapai Lion Air adalah Citilink dan Air Asia Indonesia. Citilink merupakan maskapai *Low-Cost Carrier* yang berada dalam naungan group yang sama dengan Garuda Indonesia. Maskapai Citilink beroperasi sejak Juli 2021 dengan penerbangan utama dari Bandara Soekarno Hatta dan Bandara Juanda Internasional. Di sisi lain, Air Asia merupakan maskapai swasta terbesar di Malaysia. Melalui afiliasi Indonesia Air Asia yang berbasis di Bandara Soekarno Hatta, Air Asia menjadikan dirinya sebagai pemain regional yang berkompetisi dengan maskapai Lion Air di Indonesia.

Lion Air dengan slogan “*We Make People Fly*”, adalah sebuah maskapai penerbangan swasta yang berbasis *Low Cost Carrier (LCC)* asal Indonesia milik PT. Lion Mentari Airlines (Lion Air Group) terbesar di Indonesia dengan memiliki banyak jaringan rute domestik maupun internasional. Lion Air sendiri melayani rute domestik dengan menghapus beberapa layanan penumpang yang ada pada umumnya seperti layanan makanan di dalam pesawat, minimalis reservasi, jarak kursi, garbarata, dan lainnya. Hal ini membuat tiket Lion sebagai maskapai *Low*

Cost Carrier (LCC) relatif lebih rendah daripada maskapai yang menawarkan full service. Di sisi lain, Lion Air Group juga memiliki beberapa maskapai yang menawarkan layanan full service, yakni: Batik Air yang melayani rute domestik dan Malaysia, Lion Thai Group yang melayani rute Thailand, dan Wings Air yang melayani rute penerbangan jarak pendek. Pada Maret tahun 2021, Super Air Jet muncul sebagai maskapai baru dibawah naungan Lion Air Group yang menawarkan *Low Cost Carrier (LCC)* dengan menargetkan millennials sebagai pangsa pasar.

Lion Air didirikan oleh Rusdi dan Kusnan Kirana pada tanggal 19 Oktober 1999 dan mulai beroperasi pada tanggal 30 Juni 2000. Dikutip dari tirtio.id, “Tanpa perlu waktu lama di awal tahun 2006, Lion Air mampu menyalip Garuda Indonesia di urutan pertama, serta banyak menumbangkan perusahaan-perusahaan penerbangan lainnya.” Berdasarkan data dari INACA Annual Report dibawah, dapat dilihat bahwa dalam periode 2016 - 2020 Lion Air masih menjadi *market leader* pangsa pasar domestik dengan perolehan penumpang terbanyak yaitu minimal mengcover 30% dari pangsa pasar domestik yang ada di Indonesia.

Gambar 1.1 Data Penumpang Domestik Tahun 2016



Source: INACA Annual Report 2016, dikutip dari: https://issuu.com/emmuslih/docs/inaca_20ar_202016_20artwork_20dummy

Gambar 1.2 Data Penumpang Domestik Tahun 2017

Market share on domestic routes by national airlines in 2017

Airlines	Number of Pax	Market Share
1. Lion Air	33.131.053	34 %
2. Garuda Indonesia	19.801.133	20 %
3. Citilink	12.229.188	13 %
4. Batik Air	10.079.802	10 %
5. Sriwijaya Air	9.745.182	10 %
6. Wings Abadi	5.898.727	8 %
7. NAM Air	2.437.318	3 %
8. Indonesia AirAsia	1.087.040	1 %
9. Indonesia AirAsia Extra	1.033.869	1 %
10. Trigana Air Service	898.641	1 %
11. Travel Express	481.490	0 %
12. Kalstar Aviations	455.842	0 %
13. Transnusa	25.126	0 %
14. Asil Pujastuti	19.050	0 %

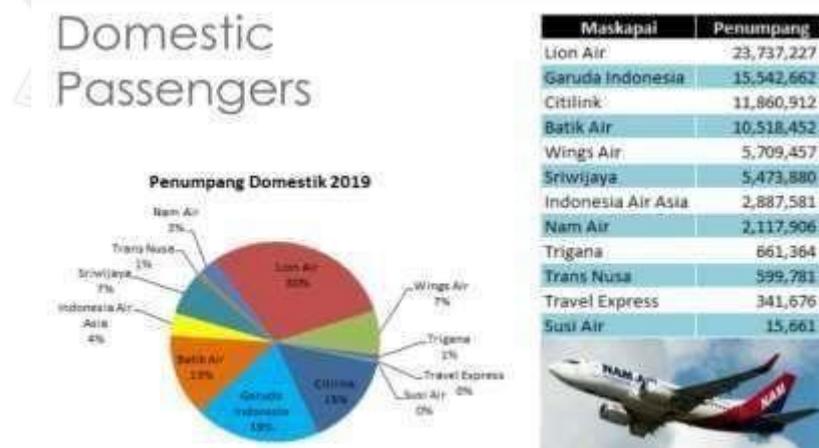
Source: INACA Annual Report 2017, dikutip dari: https://issuu.com/inaca2017/docs/inaca_annual_report_2017

Gambar 1.3 Data Penumpang Domestik Tahun 2018



Source: INACA Annual Report 2018, dikutip dari: <https://e-pdfs.hu/doc/130a4c1e/inaca-annual-report-2018>

Gambar 1.4 Data Penumpang Domestik Tahun 2019



Source: INACA Annual Report 2019, dikutip dari: https://inaca.or.id/wp-content/uploads/2020/11/Annual-Report_OK_2019.pdf

Gambar 1.5 Data Penumpang Domestik Tahun 2020



Source: INACA Annual Report 2020, dikutip dari: <https://docplayer.info/219301575-Inaca-annual-report.html>

Hingga akhir tahun 2020 meskipun di kondisi pandemi, Maskapai Lion Air tetap menjadi *market leader domestik* dengan perolehan penumpang terbanyak. Lion air menempati urutan pertama dengan perolehan penumpang 12,517 juta jiwa dalam persentase 35%, disusul oleh Batik Air yang juga merupakan anak perusahaan dari Lion Group dengan perolehan penumpang sebesar 6,123 juta jiwa dalam persentase 17%, Citilink 5,421 juta jiwa dengan persentase 15%, Garuda Indonesia (GIA) 4,619 juta jiwa dengan persentase 13%, Wings Air 2,817 juta jiwa dengan persentase 8%, Sriwijaya 1,590 juta jiwa dengan persentase 5%, Indonesia Air Asia 1,113 juta jiwa dengan persentase 3%, Nam Air 688 ribu jiwa dengan persentase 2%, dan maskapai lainnya dalam persentase hanya sebesar 2%.

Di dalam lingkungan persaingan global yang ketat, *customer loyalty* tentunya memainkan peran penting dalam keberhasilan Lion Air dalam mempertahankan title sebagai “*market leader*”. Dengan adanya beragam fasilitas yang ditawarkan oleh maskapai lainnya, tentunya membuat para konsumen menjadi lebih selektif dalam memilih. Hal ini menyebabkan perusahaan dituntut untuk terus

berinovasi memberikan layanan yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya pelanggannya agar loyalitas konsumen dapat tercipta. Menurut Amaranggana & Rahanatha (2018), loyalitas konsumen adalah sikap positif terhadap merek, komitmen pada suatu merek mempunyai niat untuk meneruskan pembelian dimasa datang. Loyalitas konsumen akan tinggi apabila suatu produk dinilai mampu member kepuasan tertinggi sehingga pelanggan enggan untuk beralih ke merek lain (Steffen & Sitinjak, 2021).

Menurut Situmorang (2016), Kepuasan akan menimbulkan loyalitas pelanggan, maka loyalitas sebagai variabel *endogenous* disebabkan oleh suatu kombinasi dari kepuasan, rintangan pengalihan (*switching barrier*) pemasok, dan keluhan. Menurut Steffen & Sitinjak (2021), Kepuasan pelanggan merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi yang mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut.

Maka dari itu, untuk menunjang keberlangsungan dan menguasai persaingan dunia usaha, pihak perusahaan Lion Air harus tetap memperkuat strategi pemasaran dengan memperhatikan beberapa faktor kualitas layanan yang dibagi menjadi empat variable; yaitu *Pre-Flight service* dengan memberikan pelayanan sebelum melakukan penerbangan, *In-Flight service* pelayanan yang diberikan selama proses penerbangan, *Post-Flight service* yang memberikan pelayanan sesudah melakukan penerbangan, serta adaptasi kualitas service maskapai di kondisi pandemi.

Pre-flight service quality (proses pelayanan sebelum penerbangan) merupakan rangkaian dari beberapa kegiatan pelayanan yang diberikan perusahaan lion air pada awal sebelum penumpang melakukan perjalanan. Menurut Duarte & Herlina (2020), faktor-faktor yang terdapat dalam kualitas layanan *pre-flight* antara lain keandalan laman/website, penawaran diskon pada maskapai serta responsif terhadap situasi darurat seperti penerbangan yang dibatalkan.

Lion Air menawarkan fasilitas dengan harga yang terjangkau dan sistem reservasi yang praktis melalui *website* Lion Air. Lion Air sebagai *low-cost carrier* (LCC) memangkas operational cost dengan mengurangi biaya pelatihan dan menghapus layanan makan di pesawat. Adapun melalui pengurangan operasional cost tersebut, maskapai ini dapat menawarkan harga tiket yang bersaing dan membuat mayoritas masyarakat memprioritaskan Lion Air sebagai armada perjalanan mereka. Misalnya, harga tiket pesawat tanggal 23 Oktober 2020 tujuan Jakarta-Medan menunjukkan perbandingan yang signifikan antara maskapai penerbangan Lion Air, Citilink, Batik Air, dan Garuda. Lion Air menyediakan tiket seharga Rp 509.000 per orang, Citilink seharga Rp 798.100 per orang, Batik Air seharga Rp 896.000 per orang, dan Garuda seharga Rp 1.645.000 per orang (Source: <https://swa.co.id/swa/business-update/alasan-yang-membuat-lion-air-jadi-maskapai-terfavorit-di-indonesia>, diunduh tanggal 5 Mei 2022).



Gambar 1.6 Katalog Promosi Lion Air

Source: <https://travelspromo.com/promo-tiket-pesawat/lion-air/kode-promo-tiket-pesawat-lion-diskon-rp-50k-airpaz/>

Untuk reservasi tiket pesawat, Lion Air juga telah bekerja sama dengan beberapa platform seperti Traveloka, Agoda, Pegipegi, Tiket.com. Melalui platform tersebut juga tidak jarang Lion Air memberikan penawaran berupa promo tiket pesawat yang menarik.

In-flight service quality (proses pelayanan di dalam pesawat) merupakan kegiatan pelayanan yang diberikan selama proses penerbangan oleh Maskapai Lion Air. *In-flight service* mencakup keselamatan, kenyamanan tempat duduk, kualitas makanan, layanan hiburan dalam pesawat, keterampilan berhasa dan kesopanan kru dalam penerbangan (Duarte & Herlina, 2020). Lion Air menghadirkan *Wireless Inflight Entertainment* (W-IFE) serta AirFi Indonesia yang dapat diakses melalui smartphone, laptop, dan tablet PC dengan berbagai sistem operasi (Android, iOS, Linux, BBM, dan lainnya). Fasilitas canggih ini dipersiapkan sebagai sarana hiburan yang menarik bagi penumpang selama berada dalam masa penerbangan. Para penumpang Lion Air berkesempatan bermain games, menonton berbagai genre film, dan mendengarkan musik secara gratis tanpa biaya tambahan apapun (Source: <https://swa.co.id/swa/business-update/alasan-yang-membuat-lion-air-jadi-maskapai-terfavorit-di-indonesia>, diunduh tanggal 5 Mei 2022) . Lion Air juga

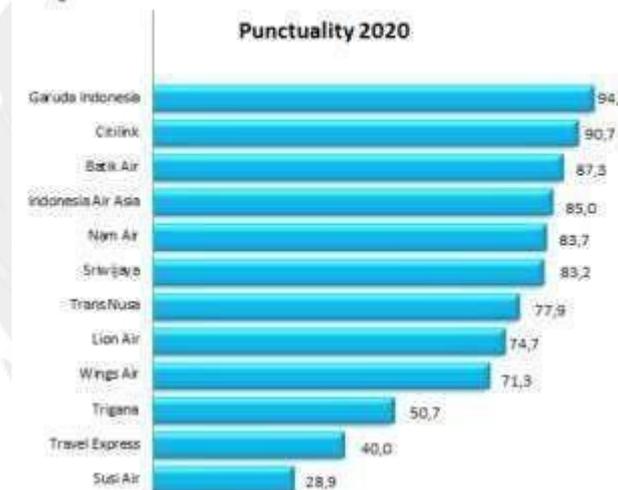
telah mempersiapkan dan melakukan training secara intensif terhadap para awak kabin agar dapat memberikan pelayanan terbaik kepada para penumpang.

Post-flight service quality (proses pelayanan setelah penerbangan) merupakan kegiatan pelayanan setelah perjalanan selesai atau penumpang turun dari pesawat. *Post-flight service quality* mencakup penyambutan penumpang sewaktu turun dari pesawat dan ketepatan pengiriman bagasi (Duarte & Herlina, 2020). Lion Air sempat menerima keluhan mengenai ketepatan waktu pengambilan bagasi. Dikutip dari kompas.com, seorang penumpang Lion Air dengan nomor penerbangan JT-137 mengeluh pada media social twitter mengenai lamanya proses pengambilan bagasi yang terjadi pada Minggu (27/3/2022). "Pesawat landing di CGK (Cengkareng/kode Bandara Soekarno-Hatta) pukul 15.40 WIB, tapi bagasi keluar pukul 20.40 WIB. Total tiga jam sampai keluar bagasinya," paparnya melalui cuitan di Twitter. Yang bersangkutan harus menunggu hingga 3 jam usai kedatangan sebelum bisa mengambil bagasi masing-masing di titik pengambilan bagasi (*baggage claim*) di Terminal 2D Bandara Soekarno-Hatta. Menanggapi hal tersebut, Corporate Communications Strategic of Lion Air Group, Danang Mandala Prihantoro mengatakan, lamanya pengambilan bagasi penumpang dipengaruhi faktor cuaca yang terjadi pada Minggu kemarin (<https://megapolitan.kompas.com/read/2022/03/29/05070041/penumpang-keluhkan-lamanya-proses-ambil-bagasi-lion-air--penurunan-bagasi?page=all>, diunduh tanggal 5 mei 2022).

Selain keluhan terhadap lamanya pengambilan bagasi, berdasarkan data INACA Annual report 2020, performa maskapai Lion Air dalam ketepatan waktu

penerbangan / *On Time Performance (OTP)* juga masih perlu ditingkatkan lagi. Suatu penerbangan dianggap telah mengalami keterlambatan (*delay*) apabila keterlambatan yang terjadi (*Actual Time of Departure*) melebihi 15 menit dari waktu yang direncanakan (*Estimated Time Of Departure*).

Operation Performances



Gambar 1.7 Operation Performance Maskapai tahun 2020

Source: INACA Annual Report 2020, dikutip dari:
<https://docplayer.info/219301575-Inaca-annual-report.html>

Sampai dengan akhir 2020, Lion Air berada di peringkat 8 untuk ketepatan waktu perbangannya dengan perolehan nilai 74,7. Nilai *OTP* Lion Air kalah 19,4 point dari Garuda Indonesia yang menempati peringkat pertama sebagai maskapai dengan ketepatan waktu terbaik. Bahkan peringkat Lion Air masih berada di 3 peringkat lebih bawah dari Nam Air yang hanya menguasai pangsa pasar domestik sebesar 2%. Ketepatan waktu penerbangan sesuai jadwal merupakan salah satu produk utama dari perusahaan jasa angkutan udara berjadwal yang dapat menjadi salah satu tolak ukur dari kinerja pelayanan perusahaan jasa angkutan udara dalam rangka meningkatkan daya saing.

Mengenai pelayanan maskapai Lion Air yang buruk terutama terkait ketepatan waktu atau *On Time Performance (OTP)* juga pernah diakui oleh pemilik Lion Air. Dalam wawancara dengan jurnalis Angkasa, Rusdi Kirana selaku pemilik Lion Air pernah berkata dalam bahasa Inggris, “Pesawat saya terburuk di dunia, tapi kamu tak punya pilihan lain.” (<https://tirto.id/garuda-vs-lion-air-siapa-lebih-unggul-dnsn>, diunduh tanggal 6 Mei 2022).

Bukan hanya itu, pada tahun 2011, sesuai dengan yang diberitakan pada jppn.com, Lion Air mendapat hukuman dari Pemerintah dalam hal ini Menteri Perhubungan berkaitan dengan seringnya *delay* waktu keberangkatan pesawat. Pemerintah meminta maskapai Lion Air melakukan aksi perbaikan dalam upaya meningkatkan keselamatan dan ketepatan jadwal penerbangan. Untuk itu maskapai Lion Air wajib mengistirahatkan (*stand-by*) 10-13 armada pesawatnya dalam rangka mengurangi produksi penerbangan. “Pengurangan produksi ini berarti menambah waktu ground time pesawat yang diharapkan akan menciptakan keseimbangan (*balance*) antara crew dan jumlah pesawat,” tutur Dirjen Perhubungan Udara Kementerian Perhubungan, Herry Bakti Singayuda. (<https://www.jppn.com/news/lion-air-harus-istirahatkan-13-pesawat>, diunduh tanggal 6 Mei 2022).

Menurut Niehues yang dikutip dalam Sari (2018) salah satu prosedur dalam aktifitas penerbangan yang dapat dimaksimalkan untuk meningkatkan tingkat *On Time Performance (OTP)* adalah prosedur operasional di bandar udara (*ground operation*) dan prosedur pemberangkatan pesawat (*departure process*). Prosedur tersebut mencakup lamanya bongkar muat bagasi yang dilakukan, waktu

keberangkatan pesawat dari bandara asal, sumber daya dan fasilitas yang dimiliki oleh masing-masing maskapai penerbangan dan masalah teknis yang terjadi dalam pesawat sebelum lepas landas. *Ground operation* dan *departure proses* merupakan salah satu bentuk dari *pre-flight* dan *post-flight service quality* yang dimana jika dilakukan secara efektif dan disiplin dapat meningkatkan kinerja *On Time Performance (OTP)* (Sari, 2018).

Sehubungan dengan inti dari kualitas servis adalah untuk mengevaluasi kualitas layanan oleh bisnis untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, maka kebutuhan untuk menggarap kondisi bisnis yang terkini harus dieksplorasi untuk menciptakan dasar tentang bagaimana bisnis harus dijalankan selama pandemi *covid-19* (Chuenyindee, et al., 2022). Kondisi pandemi seperti saat ini tentunya merupakan PR berat yang harus diperhatikan oleh perusahaan penerbangan. Lion Air juga dituntut harus siap dan sigap dalam melakukan adaptasi terhadap kebijakan pemerintah dalam mengatasi kasus *covid-19* ini. Bukan hanya itu, Lion Air juga harus mampu mengatur strategi bagaimana caranya agar penumpang dapat merasa terbang dengan aman selama pandemi.

Seperti diketahui, pandemi *covid-19* masuk ke Indonesia pada 2 Maret 2020 membuat pemerintah menutup akses masuk bagi warga negara asing (WNA). Sehingga, industri penerbangan hanya melayani rute domestik. Perusahaan penerbangan dalam hal ini Lion Air dituntut harus siap dalam menghadapi modifikasi kebijakan pemerintah. Beberapa kebijakan yang dimaksud antara lain, penetapan keadaan darurat, kebijakan pembatasan sosial berskala besar (PSBB)

hingga Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM), pengalihan anggaran serta sistem pelayanan untuk angkutan umum.

Pihak Lion Air dalam menghadapi hal ini, menggaungkan kampanye terbang itu aman. Dengan menjamin bahwa seluruh operasional penerbangan dijalankan sesuai aspek keselamatan, keamanan serta berpedoman protokol kesehatan. Lion Air melengkapi seluruh armadanya dengan *High Efficiency Particulate Air (HEPA) filter* atau penyaringan partikel yang kuat. *HEPA filter* membantu menjaga kebersihan udara di dalam kabin dan menyaring lebih dari 99,9 persen jenis virus, kuman, serangga dan bakteri. Udara di dalam kabin pesawat diperbarui setiap 2-3 menit, sehingga lebih segar. Udara dari toilet dan dapur langsung dialirkan ke luar pesawat. Lion Air juga melakukan peningkatan kebersihan dan strilisasi pesawat secara berkala dengan metode *Aircraft Exterior and Interior Cleaning (AEIC)* yang dapat dijalankan di berbagai bandar udara pesawat Lion Air berada. (<https://voi.id/ekonomi/38369/kalahkan-garuda-indonesia-lion-air-jadi-raja-udara-di-masa-pandemi>, diunduh tanggal 6 Mei 2022). Danang, selaku *corporate strategic* Lion Air Group juga mengatakan kunci penting menjaga pangsa pasar adalah dengan kerja sama bersama fasilitas kesehatan untuk kemudahan layanan rapid test antibodi yang tahun lalu masih menjadi syarat penerbangan. Untuk tahun 2020 sendiri, Lion Air sudah berkerja sama dengan fasilitas kesehatan untuk menyediakam layanan rapid test antibodi di 97 titik lokasi. Setiap penumpang akan memperoleh surat keterangan hasil uji kesehatan secara elektronik (digital) dan terintegrasi dengan platform kartu kewaspadaan kesehatan elektronik atau *electronic Health Alert Card (eHAC)*

sebagai salah satu kelengkapan dokumen penerbangan. (<https://voi.id/ekonomi/38369/kalahkan-garuda-indonesia-lion-air-jadi-raja-udara-di-masa-pandemi>, diunduh tanggal 6 Mei 2022).

Adapun *research gap* pertama pada penelitian ini adalah pengaruh *service quality* terhadap *customer loyalty*, berdasarkan hasil terdahulu yang dilakukan oleh Kusumasasti & Hadiwidjojo (2017) yang menyebutkan bahwa terdapat hubungan yang tidak signifikan antara *service quality* dan *customer loyalty*. Hal ini dapat berarti semakin baiknya kualitas layanan yang diberikan oleh DW Coffee (Objek Penelitian) belum tentu bisa membuat customer menjadi loyal kepada coffee shop tersebut. Namun ini bertentangan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Tanomsin & Chen (2018) yang menyatakan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara *service quality* dan *customer loyalty*.

Adapun *research gap* kedua pada penelitian ini yaitu pengaruh variabel *customer satisfaction* dan *customer loyalty*. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Tanomsin & Chen (2018) yang menyebutkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara variabel *customer satisfaction* dan *customer loyalty*. Artinya apabila pelanggan merasa puas akan manfaat dan juga nilai yang diberikan oleh suatu perusahaan kepada pelanggan, maka kepuasan pelanggan tersebut akan membuat pelanggan setia terhadap perusahaan tersebut. Namun hal ini bertentangan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Saputra & Setyadi (2020) bahwa *customer satisfaction* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty*. Oleh sebab itu, penelitian ini dilakukan untuk memastikan pengaruh *customer satisfaction* terhadap *customer loyalty* apakah

berpengaruh signifikan atau sebaliknya pada penumpang maskapai Lion Air di Medan. Atas kedua *research gap* tersebut, penelitian ini menjadi semakin menarik untuk dilakukan yaitu untuk memastikan pengaruh variabel *service quality* terhadap *customer loyalty*, dan pengaruh *customer satisfaction* terhadap *customer loyalty* apakah memiliki hubungan yang signifikan atau sebaliknya.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan sebelumnya dan juga untuk mengatasi *research gap* tersebut, maka akan dilakukan penelitian lebih lanjut yang dituangkan dalam bentuk tesis dengan judul “**Analisis Pengaruh Pre-Flight Service Quality, In-Flight Service Quality, Post-Flight Service Quality dan Covid-19 Protocol Service Quality terhadap Passenger Satisfaction dan Passenger Loyalty Pada Penumpang Maskapai Lion Air di Medan.**”

1.2 Batasan Masalah

Batasan masalah dibuat dengan tujuan untuk menghasilkan penelitian yang lebih spesifik dan terfokus pada pokok masalah. Berikut merupakan batasan masalah dalam penelitian ini:

1. Variabel yang dikaji dalam penelitian ini terdiri dari *Pre-Flight Service Quality, In-Flight Service Quality, Post-Flight Service Quality, Covid-19 Protocol Service Quality, Passenger Satisfaction, dan Passenger Loyalty* karena variabel-variabel ini merupakan variabel-variabel yang paling sesuai dengan objek penelitian dan kondisi yang dihadapi saat ini.
2. Pengujian menggunakan data yang diolah dari kuesioner yang dibagikan kepada objek yang diteliti.

3. Penelitian ini dilakukan pada objek penelitian dengan karakteristik sebagai berikut.

- Pria dan Wanita
- Berusia 18 – 60 tahun
- Warga Negara Indonesia
- Pernah sedikitnya melakukan 1 x perjalanan domestik dengan menggunakan fasilitas bagasi Maskapai Lion Air dalam kurun waktu 2 tahun terakhir.

4. Data kuesioner akan diolah dengan menggunakan *SEM (Structural Equation Modeling)* dengan bantuan *software AMOS*.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan yang telah dijabarkan pada bagian latar belakang, maka rumusan permasalahan pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Apakah *pre-flight service quality* memiliki hubungan yang signifikan terhadap *passenger satisfaction* maskapai Lion Air di Medan?
2. Apakah *in-flight service quality* memiliki hubungan yang signifikan terhadap *passenger satisfaction* maskapai Lion Air di Medan?
3. Apakah *post-flight service quality* memiliki hubungan yang signifikan terhadap *passenger satisfaction* maskapai Lion Air di Medan?
4. Apakah *covid-19 protocol service quality* memiliki hubungan yang signifikan terhadap *passenger satisfaction* maskapai Lion Air di Medan?

5. Apakah *pre-flight service quality* memiliki hubungan yang signifikan terhadap *passenger loyalty* maskapai Lion Air di Medan?
6. Apakah *in-flight service quality* memiliki hubungan yang signifikan terhadap *passenger loyalty* maskapai Lion Air di Medan?
7. Apakah *post-flight service quality* memiliki hubungan yang signifikan terhadap *passenger loyalty* maskapai Lion Air di Medan?
8. Apakah *covid-19 protocol service quality* memiliki hubungan yang signifikan terhadap *passenger loyalty* maskapai Lion Air di Medan?
9. Apakah *passenger satisfaction* memiliki hubungan yang signifikan terhadap *passenger loyalty* maskapai Lion Air di Medan?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah yang dijelaskan pada poin sebelumnya, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hubungan antara *pre-flight service quality* terhadap *passenger satisfaction* maskapai Lion Air di Medan.
2. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hubungan antara *in-flight service quality* terhadap *passenger satisfaction* maskapai Lion Air di Medan.
3. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hubungan antara *post-flight service quality* terhadap *passenger satisfaction* maskapai Lion Air di Medan.
4. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hubungan antara *covid-19 protocol service quality* terhadap *passenger satisfaction* maskapai Lion Air di Medan.

5. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hubungan antara *pre-flight service quality* terhadap *passenger loyalty* maskapai Lion Air di Medan.
6. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hubungan antara *in-flight service quality* terhadap *passenger loyalty* maskapai Lion Air di Medan.
7. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hubungan antara *post-flight service quality* terhadap *passenger loyalty* maskapai Lion Air di Medan.
8. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hubungan antara *covid-19 protocol service quality* terhadap *passenger loyalty* maskapai Lion Air di Medan.
9. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hubungan antara *passenger satisfaction* terhadap *passenger loyalty* maskapai Lion Air di Medan.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1.5.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai studi banding ataupun menjadi referensi oleh peneliti dimasa yang akan datang. Serta dapat memberikan kontribusi dalam pembangunan ilmu manajemen, yaitu dengan menggunakan penerapan model pada penelitian terdahulu.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan memberikan ilmu pengetahuan pada peneliti dalam meneliti suatu penelitian dan objeknya. Penelitian ini juga bermanfaat bagi peneliti dalam melakukan penelitian serupa lainnya pada masa yang akan datang. Manfaat penelitian ini bagi

pihak universitas adalah dapat digunakan sebagai referensi-referensi tambahan dalam penerapannya kepada mahasiswa.

1.5.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini adalah hasil penelitian ini dapat digunakan oleh pihak manajemen Lion Air dalam mengatur strategi kompetitif dalam mejalankan *pre-flight, in-flight, post-flight* dan *covid-19 protocol service quality* untuk memaksimalkan *customer satisfaction* dan *customer loyalty*. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi Lion Air untuk mempertimbangkan variabel-variabel yang ada sebagai kunci utama mendapatkan *customer loyalty*.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitan ini akan diuraikan dalam beberapa lima bab sebagai panduan untuk memudahkan penulis untuk menyampaikan setiap informasi agar dapat dipahami dengan baik oleh pembaca dengan garis besar sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini membahas mengenai latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II: LANDASAN TEORITIS

Bab ini menjelaskan teori, penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis, model penelitian, dan bagan alur berpikir.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan jenis penelitian, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, definisi operasional, dan pengukuran variabel juga metode analisis data.

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan mengenai objek penelitian secara detail berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dan pembahasan mengenai hasil-hasil pengolahan data; analisis data, meliputi hasil statistik deskriptif, hasil pengujian kualitas data, hasil pengujian hipotesis serta pembahasan dari analisis data tersebut. Pembahasan bersifat komprehensif dan mampu menjelaskan permasalahan penelitian.

BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini memberikan kesimpulan dari hasil pembahasan dan implikasinya serta rekomendasi yang dipandang perlu untuk mengatasi kekurangan - kekurangan yang ada.