

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan jaman yang semakin pesat memberikan kemudahan bagi masyarakat dunia dalam melakukan perjalanan ke luar negeri. Pada tahun 2019 ini, melakukan perjalanan ke luar negeri bukanlah merupakan sesuatu hal yang luar biasa, namun merupakan sesuatu hal yang sudah biasa dilakukan oleh masyarakat. Semakin lama banyak masyarakat yang melakukan perjalanan ke luar negeri, baik untuk berlibur maupun untuk urusan lain. Hal ini terbukti dari permintaan paspor yang setiap tahun terus bertambah. Kepala Bagian Humas dan Umum Direktorat Jenderal Imigrasi mengatakan bahwa di tahun 2018 banyak masyarakat Indonesia yang melakukan perjalanan ke luar negeri. Menurutnya, selama tahun 2016 jumlah masyarakat Indonesia yang melakukan perjalanan ke luar negeri mencapai 8,4 juta orang dan meningkat di tahun 2017 mencapai 9,1 juta orang. Hal tersebut sesuai dengan peningkatan permintaan penerbitan paspor ke Ditjen Imigrasi. Meski alasan masyarakat melakukan perjalanan ke luar negeri tidak diketahui dengan pasti, namun masih dapat diperhatikan dari tipe paspor dan lama kunjungan (<http://travel.tribunnews.com>, diunduh pada tanggal 28 Januari 2019).

Ketua Umum *Association of The Indonesian Tours and Travel Agencies* (ASITA) Asnawi Bahar mengatakan bahwa pertumbuhan ekonomi Indonesia mengakibatkan minat masyarakat Indonesia untuk keluar negeri semakin meningkat. Mahalnya tiket domestik Indonesia juga menjadi salah satu penyebab masyarakat lebih memilih untuk melakukan perjalanan ke luar negeri. Selain itu, *Vice President Brand and Communication Panorama Group* AB Sadewa juga mengatakan hal yang serupa bahwa pertumbuhan kelas menengah di Indonesia sangat berdampak pada kenaikan jumlah masyarakat Indonesia untuk melakukan perjalanan ke luar negeri (<https://ekonomi.bisnis.com>, diunduh pada tanggal 29 Januari 2019).

Dengan banyaknya masyarakat Indonesia yang melakukan perjalanan ke luar negeri, sektor transportasi terutama sektor transportasi udara semakin dihadapkan

oleh dunia persaingan yang semakin ketat dalam lingkup internasional. Kondisi ini mengakibatkan perusahaan-perusahaan maskapai penerbangan yang beroperasi melakukan berbagai cara dalam menawarkan produk dan jasa yang terbaik agar dapat menarik konsumen. Hal ini dapat ditunjukkan dengan peningkatan kualitas pelayanan mulai dari menambah rute penerbangan ke berbagai tujuan, bergabung dalam *alliance group*, memberikan harga diskon dan lain-lain. Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor kunci utama bagi keberhasilan perusahaan maskapai penerbangan agar dapat menciptakan loyalitas konsumen dari kepuasan yang telah terbentuk (<https://www.beritasatu.com>, diunduh pada tanggal 29 Januari 2019).



Gambar 1. 1 Logo Singapore Airlines

Sumber : <http://pluspng.com> (diunduh pada 29 Januari 2019)

Salah satu maskapai penerbangan yang terus-menerus meningkatkan kualitas pelayanan adalah perusahaan maskapai penerbangan Singapore Airlines. Diciptakan pada tahun 1972, Singapore Airlines merupakan maskapai penerbangan yang dimiliki negara Singapura dengan konsep *full service airlines*. Perusahaan penerbangan ini telah berkembang pesat dan berfokus pada strategi yang mengutamakan kebutuhan penumpang dengan menyediakan kualitas pelayanan yang luar biasa. Singapore Airlines mampu mengalahkan pesaing dengan menjadikan dirinya sebagai suatu perusahaan maskapai yang berorientasi kepada kepuasan pelanggan. Hal ini dapat terlihat melalui upaya Singapore Airlines yang terus-menerus dilakukan sejak saat perusahaan maskapai ini didirikan. Kualitas pelayanan yang dimiliki oleh Singapore Airlines juga telah membuat perusahaan maskapai penerbangan ini memperoleh banyak penghargaan. Singapore Airlines mampu memperoleh penghargaan 21 kali

sebagai *Best Airline* dari Condé Nast Traveler. Selain itu, Singapore Airlines juga mampu memperoleh penghargaan *Skytrax Airline of The Year* sebanyak 3 kali (<http://marketeers.com>, diunduh pada tanggal 29 Januari 2019).



Gambar 1. 2 Singapore Airlines World Airline Awards 2018

Sumber: <https://www.worldairlineawards.com> (diunduh pada 29 Januari 2019)

Singapore Airlines mampu menyediakan jasa pelayanan dengan biaya yang ekonomis (*cost leadership*) dengan cara selalu berusaha untuk meminimalkan biaya servis operasional dan mengurangi berbagai macam investasi yang tidak diperlukan. Investasi yang dilakukan oleh perusahaan maskapai Singapore Airlines diutamakan kepada hal-hal yang *tangible* sehingga penumpang dapat merasakan secara langsung, seperti fasilitas di dalam pesawat yang dapat meningkatkan kepuasan penumpang. Pada tahun 1970, Singapore Airlines menjadi perusahaan maskapai penerbangan yang memberikan *headset* gratis untuk pertama kali kepada penumpang. Perusahaan Singapore Airlines juga selalu berusaha untuk menambah rute penerbangan baru selama ini. Perusahaan Singapore Airlines baru saja menambah rute penerbangan terlama di dunia, tanpa adanya transit yaitu penerbangan dari Singapura ke New York dengan durasi selama kurang lebih 20 jam, sejauh 16.700 kilometer. Penerbangan ini menggunakan pesawat Airbus A350-900ULR (*Ultra Long Range*) (<https://www.dw.com>, diunduh pada tanggal 29 Januari 2019).

Perusahaan maskapai penerbangan Singapore Airlines akan menggandeng anak perusahaan maskapai penerbangan Silk Air. Merger ini akan dilakukan setelah kabin yang dimiliki oleh Silk Air mengalami peningkatan dalam kualitas fasilitas seperti kursi penumpang dan sistem hiburan (Layar LCD). Peningkatan kualitas kabin Silk Air ini direncanakan akan dimulai pada tahun 2020, hal ini tidak hanya berlaku untuk kabin kelas bisnis namun juga kelas ekonomi. Induk perusahaan Singapore Airlines telah memberikan dana sebesar 100 juta dolar dalam pelaksanaan peningkatan kabin milik Silk Air. Singapore Airlines percaya bahwa penggabungan maskapai ini akan berdampak positif bagi keduanya dan dapat memaksimalkan jaringan grup SIA. Selain itu, hal tersebut juga akan mendukung program yang dilakukan oleh Singapore Airlines mengenai perubahan tiga tahun untuk dapat bertahan dalam persaingan dan tetap mampu memberikan pelayanan dengan harga yang ekonomis (<https://www.channelnewsasia.com>, di unduh pada tanggal 18 Februari 2019).

Pesaing dari Singapore Airlines adalah Cathay Pacific yang berdiri pada tahun 1946 dan berpusat di Bandara Internasional Hong Kong. Kedua perusahaan maskapai penerbangan Asia ini sering kali dibandingkan, dikarenakan Singapore Airlines dan Cathay Pacific sangat dikenal oleh masyarakat dunia, khususnya masyarakat Asia mengenai kualitas pelayanannya yang sama-sama unggul dengan harga yang terjangkau (ekonomis). Cathay Pacific sendiri menawarkan rute penerbangan dengan tujuan yang lebih banyak dibandingkan dengan Singapore Airlines. Namun, semenjak tahun 2017 keduanya sedang mengalami hal yang sama dalam menghadapi persaingan dari maskapai milik Cina dan Timur Tengah. Selain hal tersebut, Singapore Airlines sedang menghadapi persaingan dengan maskapai penerbangan bertarif murah dalam rute regional. Hal ini merupakan tantangan bagi Singapore Airlines untuk terus menciptakan strategi baru agar dapat bertahan dalam persaingan dengan maskapai-maskapai lain (<https://www.businessstraveller.com>, di unduh pada tanggal 18 Februari 2019).

Service quality merupakan skala berbagai item secara singkat dengan keandalan dan validitas baik yang dapat digunakan oleh pengecer untuk memahami

lebih baik pelayanan yang diharapkan dan dipersepsikan oleh konsumen dan sebagai hasilnya meningkatkan pelayanan (Zeithaml, 2013). Dalam industri penerbangan, terdapat istilah *pre-flight service quality*, *in-flight service quality* dan *post-flight service quality*, yang mana setiap pelayanan yang diberikan tersebut terbagi menjadi beberapa tahap pelayanan. Sebagai suatu perusahaan penerbangan yang dikenal dengan slogan “*A Great Way to Fly*”. Singapore Airlines sangat memperhatikan kualitas dari ketiga tahap pelayanan tersebut untuk tetap mempertahankan kepuasan penumpang yang mana akan menentukan kesetiaan penumpang terhadap Singapore Airlines. Hal ini dapat dibuktikan dari berbagai penghargaan yang diberikan oleh Singapore Airlines terkait kualitas pelayanan (<https://www.singaporeair.com>, diunduh pada tanggal 30 Januari 2019).

Pre-flight service quality adalah suatu aktivitas yang dilakukan untuk melayani penumpang yang diberikan sebelum keberangkatan di bandara udara asal. *Pre-flight service quality* dibagi menjadi beberapa bagian yaitu *reliability* (apakah suatu maskapai penerbangan dapat dipercaya atau konsisten dalam pelayanannya), *responsiveness* (respon dan tanggung jawab), *discounts* (*The Influence of Airline Service Quality on Passenger Satisfaction and Loyalty – The Case of Uganda Airline Industry*, 2013). Hal ini dapat terlihat dari upaya Singapore Airlines yang setiap tahunnya selalu mengadakan kegiatan *travel fair* di Indonesia dan bekerja sama dengan bank BCA. Singapore Airlines selalu berusaha memberikan konsumen keuntungan yang bisa diperoleh dari pembelian tiket pesawat, seperti pemberian *cash back*, pemberian *Changi Dollar Voucher* sebesar 20 dolar Singapura yang dapat ditukarkan saat transit di Bandara Changi, serta pemberian harga special untuk destinasi populer penerbangan Singapore Airlines (<https://www.suara.com>, diunduh pada tanggal 29 Januari 2019).

In-flight service quality merupakan suatu aktivitas yang dilakukan untuk melayani penumpang selama berada di dalam pesawat. *In-flight service quality* berhubungan dengan *tangibles* (berwujud), *courtesy* (kesopanan) dan *language skills*. *In-flight service* sering disebut sebagai “*moment of truth*” (Namukasa, 2013). *Moment of truth* dalam pelayanan merupakan momen atau kesempatan calon

pelanggan berinteraksi dengan suatu perusahaan dan menilai layanannya. Menurut Wirtz (2017), Singapore Airlines merupakan salah satu perusahaan maskapai penerbangan yang paling banyak berinvestasi pada sumber daya manusia. Kru kabin Singapore Airlines diberikan pelatihan bagaimana cara berinteraksi dan beretika yang baik dengan penumpang dari mancanegara (<http://marketeters.com>, diunduh pada tanggal 29 Januari 2019).

Post-flight service quality merupakan suatu aktivitas yang dilakukan terhadap penumpang atau kargo yang dilakukan di bandar udara tujuan. Hal ini berhubungan dengan *Frequent Flyer Programs* dan *timeliness*. Singapore Airlines baru saja merubah program KrisFlyer (FFP) yang berlaku pada tahun 2019 ini, seperti adanya penambahan fitur *flexible travel dates* yang dapat menghemat waktu pencarian tiket *award*. Selain itu Singapore Airlines juga telah mempermanenkan program KrisFlyer *Spontaneous Escapes* (<https://pinterpoin.com>, diunduh pada tanggal 29 Januari 2019).

Menurut Kotler (2014), definisi *passenger satisfaction* adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Singapore Airlines meraih banyak penghargaan terkait dengan kualitas pelayanannya. Hal ini berarti bahwa Singapore Airlines merupakan maskapai penerbangan yang memberikan layanan jasa penerbangan dengan selalu berorientasi kepada kepuasan pelanggan (<https://www.singaporeair.com>, diunduh pada tanggal 30 Januari 2019).

Menurut Oliver yang dikutip Kotler dan Keller (2012), *passenger loyalty* merupakan komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai di masa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih. Singapore Airlines senantiasa memperhatikan loyalitas pelanggan. Salah satu hal yang dapat terlihat adalah Singapore Airlines bekerja sama dengan Audi untuk mengapresiasi loyalitas pelanggan (<http://ganlob.com>, diunduh pada tanggal 29 Januari 2019).

Pada tahun 2016, Singapore Airlines berhasil memperoleh beberapa penghargaan mengenai pelayanannya. Pada bulan Februari 2016, Singapore Airlines berhasil memperoleh penghargaan sebagai *Best In-flight Entertainment*. Kemudian,

Singapore Airlines memperoleh penghargaan sebagai *Best Cabin Service* pada bulan Agustus 2016, *Best Airline Service Excellence* dan *Best Cabin Staff* pada bulan Oktober 2016. Bahkan pada tahun kemarin, Singapore Airlines berhasil mendapatkan penghargaan *Best Airline* (<https://ekonomi.bisnis.com>, diunduh pada tanggal 31 Januari 2019).

Banyaknya penghargaan yang telah diraih oleh Singapore Airlines terkait dengan kualitas pelayanannya, maka penelitian ini dilakukan. Penelitian terhadap maskapai penerbangan Singapore Airlines menarik untuk dilakukan karena dalam beberapa tahun ini dunia pariwisata dan penerbangan di dunia mengalami peningkatan, hal tersebut dapat dijadikan peluang oleh Singapore Airlines sebagai upaya dalam mempertahankan dan meningkatkan *customer loyalty* Singapore Airlines Surabaya. Selain itu, model penelitian ini sangat sesuai diaplikasikan untuk objek maskapai penerbangan Singapore Airlines. Sehingga penelitian ini semakin menarik untuk dilakukan dan dibahas lebih detail apakah setiap dimensi dari *service quality* (*pre-flight service quality*, *in-flight service quality* dan *post-flight service quality*) mempengaruhi kepuasan penumpang dan kesetiaan penumpang Singapore Airlines di Surabaya.

1.2 Batasan Masalah

Dalam setiap penelitian diperlukan batasan masalah yang jelas mengenai permasalahan yang dibahas dengan tujuan agar pembahasan tidak terlalu luas. Demikian juga dengan penelitian ini. Variabel-variabel yang dibahas dan digunakan dalam penelitian ini adalah *service quality* yang terbagi menjadi *pre-flight service quality*, *in-flight service quality*, *post-flight service quality*, kemudian *passenger satisfaction*, dan *passenger loyalty*.

1.3 Fokus Penelitian

Berdasarkan data-data dan fakta dalam latar belakang, masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan menjadi rumusan masalah secara umum dan spesifik. Rumusan masalah secara umum dalam penelitian ini adalah apa faktor-faktor yang

mempunyai pengaruh signifikan terhadap *passenger loyalty* melalui *passenger satisfaction* perusahaan penerbangan Singapore Airlines di Surabaya?

Sedangkan rumusan masalah secara spesifik dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Apakah *pre-flight service quality* berpengaruh signifikan terhadap *passenger satisfaction* Singapore Airlines di Surabaya ?
2. Apakah *in-flight service quality* berpengaruh signifikan terhadap *passenger satisfaction* Singapore Airlines di Surabaya?
3. Apakah *post-flight service quality* berpengaruh signifikan terhadap *passenger satisfaction* Singapore Airlines di Surabaya ?
4. Apakah *passenger satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *passenger loyalty* Singapore Airlines di Surabaya ?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini secara umum adalah mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi *passenger loyalty* melalui *passenger satisfaction* dari *service quality* (*pre-flight service quality*, *in-flight service quality* dan *post-flight service quality*) maskapai penerbangan Singapore Airline (SIA). Sedangkan secara spesifik, tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui dan menganalisa apakah *pre-flight service quality* berpengaruh terhadap *passenger satisfaction* Singapore Airlines, *in-flight service quality* berpengaruh terhadap *passenger satisfaction* Singapore Airlines, *post-flight service quality* berpengaruh terhadap *passenger satisfaction* Singapore Airlines, dan apakah *passenger satisfaction* berpengaruh terhadap *passenger loyalty*.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini dapat memberikan beberapa manfaat kepada berbagai pihak. Manfaat dalam penelitian ini dapat dibagi menjadi manfaat teoritis dan manfaat praktis.

1.5.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Penelitian ini dapat mendukung teori-teori yang telah ada tentang *service quality* maskapai penerbangan (*pre-flight service quality*, *in-flight service quality* dan *post-flight service quality*) yang mempengaruhi *passenger loyalty* melalui *passenger satisfaction*.
2. Penelitian ini dapat mendukung hasil penelitian terdahulu mengenai *service quality* maskapai penerbangan (*pre-flight service quality*, *in-flight service quality* dan *post-flight service quality*) yang mempengaruhi *passenger loyalty* melalui *passenger satisfaction*.
3. Penelitian ini dapat berguna sebagai referensi bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian tentang *service quality* maskapai penerbangan (*pre-flight service quality*, *in-flight service quality* dan *post-flight service quality*) yang mempengaruhi *passenger loyalty* melalui *passenger satisfaction*.
4. Penelitian ini dapat berguna sebagai sumber referensi bagi mahasiswa lain yang ingin membuat penelitian sejenis.

1.5.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini adalah perusahaan penerbangan Singapore Airlines dapat memperoleh informasi mengenai apa saja faktor-faktor dalam *service quality* Singapore Airlines (*pre-flight service quality*, *in-flight service quality* dan *post flight service quality*) yang dapat mempengaruhi *passenger loyalty* melalui *passenger satisfaction* Singapore Airlines di Surabaya. Informasi ini dapat digunakan perusahaan penerbangan Singapore Airlines dalam mempertahankan atau bahkan mengembangkan strategi yang sesuai untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan kesetiaan pelanggan melalui kualitas pelayanan yang sesuai dengan ekspektasi penumpang Singapore Airlines di Surabaya.

Manfaat praktis lain dari penelitian ini adalah penelitian ini dapat berguna dalam mengambil keputusan untuk meningkatkan kualitas pelayanan, sebagai masukan atau bahan pertimbangan bagi Singapore Airlines di Surabaya. Selain

Singapore Airlines, penelitian ini juga dapat berguna bagi perusahaan lain yang bergerak dalam sektor penerbangan.

1.6 Sistematika Penulisan

Agar pembahasan penelitian ini dapat diikuti dengan mudah oleh pembaca, maka sistematika penulisan dalam penelitian ini dibagi menjadi 3 bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut.

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, batasan masalah yang akan dibahas, rumusan masalah, tujuan dari penelitian, manfaat penelitian yang meliputi manfaat praktis dan manfaat teoritis serta sistematika penulisan.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Bab ini berisi landasan teori yang digunakan dalam penelitian ini, penelitian terdahulu tentang faktor-faktor yang mempengaruhi *passenger satisfaction dan passenger loyalty*, pengembangan hipotesis dalam penelitian ini, model penelitian serta bagan alur berpikir.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi jenis penelitian, populasi dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini, metode pengumpulan data yang digunakan, definisi operasional dan pengukuran variabel serta metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB IV: ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan gambaran umum tentang objek penelitian, yaitu Museum Angkut; analisis data, yang meliputi hasil statistik deskriptif, hasil pengujian kualitas data, hasil pengujian hipotesis, dan pembahasan dari hasil analisis data tersebut.

BAB V: KESIMPULAN

Bab ini berisikan simpulan dari hasil penelitian, implikasi dari hasil penelitian dan rekomendasi untuk mengatasi masalah yang ada dalam penelitian ini.