

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perjalanan dengan menggunakan moda transportasi udara semakin lazim dengan semakin banyaknya jumlah pesawat yang beroperasi di dunia dan khususnya di Indonesia yang melayani rute-rute domestic dan internasional

Garuda Indonesia, sebagai maskapai penerbangan nasional, merupakan pilihan utama terutama untuk penerbangan domestic. Tetapi perbandingan harga tiket Garuda Indonesia dengan perusahaan penerbangan lain khususnya untuk penerbangan domestik sangat tinggi.

Garuda Indonesia yang juga dikenal dengan nama GA berdasarkan IATA designator dengan pelayanan terbaiknya “*Garuda Indonesia Experience*” melalui “5 senses” (*sight, sound, scent, taste, dan touch*) melingkupi beberapa *customer touch points*, berawal dari *pre-journey, pre-flight, in-flight, post-flight* dan *post-journey* (Garuda Indonesia, 2020).

Tabel 1. 1 Load Factor Garuda Indonesia

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	
Jumlah Penumpang	17,604,623	19,412,993	19,487,372	19,172,026	18,912,877	15.403.526	Sum ber (PT Garu da Indo nesia Perse
ASK (000)	20,377,722	21,894,433	22,672,923	23,008,402	22,298,132	17.673.283	
RPK (000)	15,216,204	16,966,525	16,860,988	16,732,658	16,634,146	13.822.828	
Tingkat Keterisian (%)	74.67	77.49	74.37	72.72	74.60	74.28	

ro Tbk, 2020)

Melihat data operasional Garuda Indonesia yang dikutip dari laman www.garudaindonesia.com, tingkat keterisian Garuda Indonesia untuk penerbangan domestik periode 2014 – 2019 cukup stabil dikisaran 70%. Tingkat keterisian terendah terjadi pada tahun 2017 sebesar 72.72% tetapi naik Kembali ke level 74.60% pada tahun 2018. Tingkat keterisian kembali turun pada tahun 2019 yang diikuti dengan penurunan RPK/Revenue Per KM. Trend penurunan jumlah penumpang juga terjadi mulai tahun 2017 dan berlanjut sampai tahun 2019

Berdasarkan data dari PT (Persero) Angkasa Pura I dan II sebagaimana dipublikasi di laman www.bps.go.id untuk data penumpang domestik yang berangkat dari Bandara Soekarno Hatta untuk periode yang sama, terjadi trend peningkatan jumlah penumpang tetapi pangsa pasar Garuda Indonesia mengalami penurunan.

Tabel 1. 2 Jumlah Penumpang Berangkat Pada Penerbangan Domestik

Bandara Utama	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Soekarno Hatta	20.265.682	19.131.400	20.575.982	21.931.280	22.609.828	19.265.062
Pangsa Pasar GA	87%	97%	95%	87%	84%	80%

Sumber (Biro Pusat Statistik, 2019)

Tidak mudah bagi sebuah perusahaan untuk meraih kepuasan pelanggan melalui pengalaman pelanggan yang mampu menciptakan dan meningkatkan loyalitas pelanggan (Kotler, 2011).

Kepuasan pelanggan adalah indikator atas pelayanan yang disediakan oleh penyedia jasa apakah sesuai dengan atau lebih dari keinginan pelanggan untuk membangun loyalitas (Kotler, 2011)

Gartner sebagaimana dikutip dari laman www.gartner.com mendefinisikan pengalaman pelanggan sebagai persepsi pelanggan dan perasaan terkait yang disebabkan oleh efek satu kali dan kumulatif interaksi dengan karyawan, sistem, saluran, atau produk pemasok. (Pemberton, 2019)

Sementara, loyalitas pelanggan terkait positif dengan kepuasan pelanggan karena pelanggan yang bahagia secara konsisten mendukung merek yang memenuhi kebutuhan mereka. Pelanggan setia membeli produk atau layanan perusahaan secara eksklusif, dan mereka tidak bersedia untuk beralih preferensi mereka atas perusahaan yang kompetitif (Kotler, 2011).

Oleh karena itu penulis memilih untuk meneliti pengaruh kewajaran harga, citra perusahaan terhadap kepuasan dan loyalitas penumpang untuk rute domestik GA di Jakarta.

1.2 Perumusan Masalah

Dalam penelitian ini, pokok permasalahannya adalah:

- 1) apakah kewajaran harga berpengaruh terhadap kepuasan penumpang pada rute domestik GA di Jakarta?
- 2) apakah citra perusahaan berpengaruh terhadap kepuasan penumpang pada rute domestik GA di Jakarta?

- 3) apakah kepuasan penumpang berpengaruh terhadap loyalitas penumpang pada rute domestik GA di Jakarta?
- 4) apakah kewajaran harga berpengaruh terhadap loyalitas penumpang pada rute domestik GA di Jakarta?
- 5) apakah citra perusahaan berpengaruh terhadap loyalitas penumpang pada rute domestik GA di Jakarta?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) untuk mengetahui pengaruh kewajaran harga terhadap kepuasan penumpang pada rute domestik GA di Jakarta.
- 2) untuk mengetahui pengaruh citra perusahaan terhadap kepuasan penumpang pada rute domestik GA di Jakarta.
- 3) untuk mengetahui pengaruh kepuasan penumpang terhadap loyalitas penumpang pada rute domestik GA di Jakarta.
- 4) untuk mengetahui pengaruh kewajaran harga terhadap loyalitas penumpang pada rute domestik GA di Jakarta.
- 5) untuk mengetahui pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas penumpang pada rute domestik GA di Jakarta.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil kajian ini semoga mempunyai beberapa manfaat antara lain:

1. Akademisi

Peneliti berharap hasil pengkajian ini bisa menjadi sumber literatur yang dapat digunakan dan dapat membantu akademisi dalam memperluas dan meningkatkan pengetahuan mereka mengenai topik pembahasan ini.

2. Perusahaan

Kajian ini semoga bisa menjadi umpan balik atas program Garuda Indonesia Experience dan strategi harga dari sisi pelanggan sebagai referensi untuk melakukan pembaruan yang sesuai dengan harapan penumpang untuk meningkatkan loyalitas dan daya saing.

1.5 Sistematika Penulisan

Secara garis besar, pengkajian ini terbagi dalam 5 bab sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan tentang pemasaran, hipotesis dan kerangka pemikiran.

BAB III METODE PENELITIAN

Berupa penjelasan atas objek penelitian, unit analisis, tipe penelitian, operasional variabel penelitian, populasi dan sampel, tehnik pengumpulan data, metode analisis data, pengujian instrumen penelitian, dan hasil uji instrument pendahuluan

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan akan karakteristik responden, hasil analisis data dan pembahasan

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Berupa penjelasan atas kesimpulan, implikasi manajerial, keterbatasan pengkajian dan saran

