

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Indonesia memiliki banyak kepulauan, tercatat 17.374 pulau telah terdaftar pada website Sistem Informasi Pulau (SIPULAU) berdasarkan data Badan Informasi Geospasial (BIG) pada semester 2 tahun 2023 (Badan Informasi Geospasial, 2023). Karena itu, transportasi menjadi sangat penting untuk menghubungkan semua wilayah di negara kepulauan ini. Transportasi diperuntukan guna memindahkan orang atau barang dari satu tempat ke tempat lain, dan transportasi udara seperti pesawat terbang telah berkembang pesat di Indonesia berkat kemajuan teknologi. Dengan perkembangan transportasi udara yang pesat, konektivitas antar pulau semakin mudah, dan perjalanan antar wilayah menjadi lebih cepat.

Berdasarkan data perkembangan transportasi nasional pada tahun 2022, transportasi udara telah mengangkut jutaan penumpang baik domestik maupun internasional. Transportasi udara dianggap sebagai sektor transportasi yang paling efektif untuk menghubungkan wilayah-wilayah di Indonesia yang kaya akan kepulauan. Persaingan di industri penerbangan semakin sengit, dengan banyak perusahaan seperti Garuda Indonesia, Citilink Indonesia, Sriwijaya Air, Air Asia, Lion Air, dan Pelita Air berkompetisi untuk meningkatkan kenyamanan perjalanan dan menyediakan layanan yang memudahkan pelanggan. Perusahaan-perusahaan ini semakin fokus pada kebutuhan konsumen dengan tujuan menciptakan kepuasan dan kepercayaan pelanggan, bukan hanya berorientasi pada kepentingan

perusahaan itu sendiri (Harumi, 2016). Semua ini mencerminkan bagaimana perkembangan transportasi udara di Indonesia telah membantu memperkuat konektivitas antar pulau dan meningkatkan pelayanan kepada pelanggan dalam upaya memenuhi kebutuhan mereka.

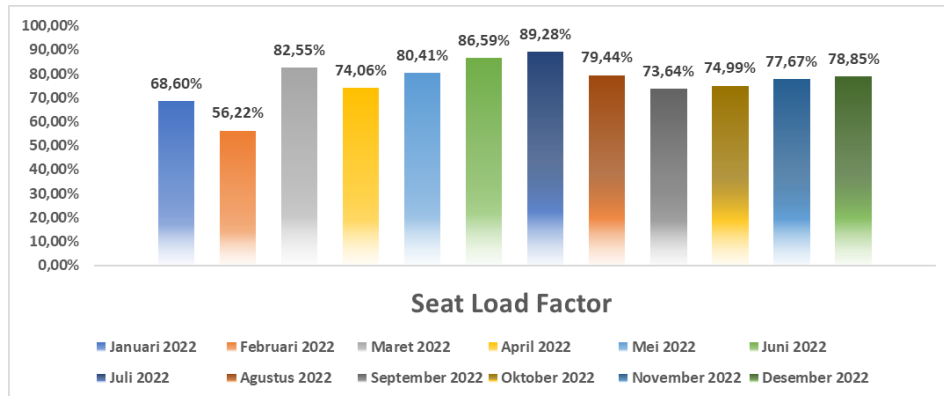
Dalam persaingan yang ketat, perusahaan penerbangan terus berupaya meningkatkan inovasi dalam layanan dan kenyamanan untuk memastikan kepuasan pelanggan. Upaya ini bertujuan agar pelanggan tetap memilih perusahaan penerbangan tersebut dan tidak beralih ke penyedia layanan transportasi udara lain. Selain itu, perusahaan penerbangan berusaha menjaga loyalitas pelanggan dengan membangun kepercayaan mereka.

Maulana (2016) menjelaskan kepuasan pelanggan adalah bentuk perasaan yang muncul dalam diri seseorang setelah mengonsumsi suatu produk atau menikmati suatu pelayanan jasa yang sesuai maupun tidak sesuai dengan harapannya. Selain itu, loyalitas pelanggan sangat penting karena para pelaku bisnis sudah menyadari bahwa mempertahankan pelanggan lama secara umum lebih ekonomis daripada berusaha untuk mendatangkan pelanggan baru (Trianah et al., 2017).

Citilink Indonesia, sebagai salah satu maskapai penerbangan nasional yang menawarkan layanan *low-cost carrier*, terus berupaya untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan membangun kepercayaan mereka. Hal ini bertujuan agar penumpang memilih untuk terbang kembali dengan Citilink Indonesia. Terlihat bahwa perusahaan ini mencatat peningkatan terus-menerus dalam tingkat keterisian penumpang setiap bulannya. Berdasarkan data internal Citilink Indonesia (2022),

tingkat keterisian penumpang selama tahun 2022 cenderung meningkat secara konsisten dalam beberapa bulan dan hanya menurun secara signifikan pada bulan-bulan tertentu seperti bulan Februari 2022 (menurun 12,38%) dan bulan Agustus 2022 (menurun 9,84%).

Gambar 1.1 Seat Load Factor Citilink Indonesia



Sumber : Data Internal Citilink Indonesia (2022)

Pada Gambar 1, bisa terlihat bahwa dari jumlah kursi yang disediakan oleh maskapai Citilink Indonesia, bahwa terdapat kenaikan yang stabil dan konstan dimana jumlah kursi terisi berada dengan rata-rata sebanyak 70% pada paruh kedua tahun 2022. Hal ini menunjukkan bahwa para penumpang Citilink Indonesia bertambah dan masih terus terisi pada angka konstan dengan sebesar 70% dari kursi yang ditawarkan.

Menjadi anak usaha dari Garuda Indonesia Group, Citilink Indonesia berfokus pada penerbangan domestik yang menekankan kemudahan, kecanggihan, serta memprioritaskan keselamatan, kenyamanan, dan ketepatan waktu. Di tengah persaingan ketat di industri transportasi, perusahaan ini perlu meningkatkan komitmennya dalam membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Upaya ini mencakup pemahaman terhadap sikap dan perilaku pelanggan yang dapat

berkontribusi pada peningkatan jumlah pelanggan baru. Hal ini diharapkan dapat berdampak positif pada pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan dan membuat perusahaan semakin kompetitif.

Dalam konteks ini, kajian terkait pengaruh kepuasan dan kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di Citilink Indonesia menjadi relevan. Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dapat menjadi prediktor penting dari loyalitas pelanggan (Abror et al., 2020) dan kepercayaan pelanggan juga dianggap sebagai unsur penting guna menjalin hubungan yang langgeng antara konsumen dan penyedia layanan (Attar et al., 2023). Oleh karena itu, penting untuk menentukan sejauh mana peran kepuasan dan kepercayaan pelanggan dalam membentuk tingkat loyalitasnya terhadap industri penerbangan, khususnya di Citilink Indonesia.

Berdasarkan informasi tersebut, maka penulis tertarik untuk meneliti apakah kepuasan dan kepercayaan pelanggan mempengaruhi loyalitas pelanggan di Citilink Indonesia. Maka dari itu, dilakukan kajian yang berjudul "Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Maskapai Citilink Indonesia".

1.2. Pertanyaan Penelitian

Didasarkan penjelasan di atas, maka tujuan dari diadakannya kajian ini adalah guna memahami bagaimana pengaruh kepuasan dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan maskapai Citilink Indonesia, sehingga dibuat beberapa rumusan masalah yaitu:

1. Apakah Kepuasan Pelanggan Maskapai Citilink Indonesia mempengaruhi Kepercayaan Pelanggan di Maskapai Citilink Indonesia?
2. Apakah Kepuasan Pelanggan Maskapai Citilink Indonesia mempengaruhi Loyalitas Pelanggan di Maskapai Citilink Indonesia?
3. Apakah Kepercayaan Pelanggan Maskapai Citilink Indonesia mempengaruhi Loyalitas Pelanggan di Maskapai Citilink Indonesia?
4. Apakah hubungan Kepuasan Pelanggan Maskapai Citilink Indonesia mempengaruhi Loyalitas Maskapai Citilink Indonesia yang dimediasi oleh Kepercayaan Pelanggan di Maskapai Citilink Indonesia?

1.3. Tujuan Penelitian

Didasarkan pada rumusan masalah, maka tujuan penelitiannya yaitu untuk:

1. Menganalisis dan mengevaluasi adanya pengaruh positif atas Kepuasan Pelanggan terhadap Kepercayaan Pelanggan di Maskapai Citilink Indonesia.
2. Menganalisis dan mengevaluasi adanya pengaruh positif atas Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan di Maskapai Citilink Indonesia.
3. Menganalisis dan mengevaluasi adanya pengaruh positif atas Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan di Maskapai Citilink Indonesia.
4. Menganalisis dan mengevaluasi adanya pengaruh positif atas Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan yang dimediasi oleh Kepercayaan Pelanggan di Maskapai Citilink Indonesia.

1.4. Manfaat Penelitian

Dari hasil pengambilan dan analisis data penelitian diharapkan memberikan pemahaman teoritis dan praktis terkait mengenai fokus penelitian ini, adapun uraiannya adalah:

1.4.1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, hasil kajian ini memiliki manfaat diantaranya:

1. Sebagai tambahan wawasan dalam berpikir secara sistematis dan kritis untuk menyelesaikan berbagai permasalahan baik sekarang ini maupun mendatang.
2. Menjadi acuan bahan pustaka untuk penelitian di masa mendatang sehingga mampu dikembangkan lebih baik pada industri atau objek penelitian yang sama maupun berbeda.
3. Menjadi bahan pustaka untuk menambah pengetahuan bagi pembaca di masa mendatang.

1.4.2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis yang didapat dalam penelitian ini yaitu:

1. Hasil kajian dapat menambah pengetahuan dalam konteks kepuasan, kepercayaan, dan loyalitas bagi pengguna maskapai Citilink Indonesia yang berguna bagi para pihak dalam menciptakan strategi pemasaran dan operasional yang mampu bersaing sehingga meningkatkan kualitas pelayanannya.

2. Sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam mengevaluasi strategi yang telah mereka terapkan selama ini dan melihat bagian apa saja yang mampu dikoreksi pada masa mendatang.

1.5. Batasan Penelitian

Dalam kajian ini dibuat batasan penelitian yang bertujuan guna memfokuskan kajian agar pembahasan yang dikaji lebih sistematis dan fokus sesuai pokok permasalahan yang diangkat, sehingga tercapainya tujuan penelitian ini yaitu berfokus pada pencarian gambaran tentang pengaruh kepuasan dan kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna jasa Maskapai Citilink Indonesia.

1.6. Sistematika Penulisan

Sistematika pembahasan dirancang untuk memudahkan pembaca untuk memahami pembahasan dalam tulisan ini secara sistematis. Hasil dari pelaksanaan penelitian ini disajikan oleh penulis dalam bentuk sistematika pembahasan berikut ini:

1. BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, dan diakhiri dengan sistematika penulisan penelitian.

2. BAB II: KAJIAN PUSTAKA

Bab ini meliputi kajian teori yang berkaitan dengan landasan penelitian, penelitian terdahulu, dan tinjauan pustaka dari jurnal referensi yang berkaitan dengan penelitian ini.

3. BAB III: METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan meliputi desain penelitian, metodologi pengumpulan data terkait penelitian, metodologi pengambilan sampel, model penelitian, dan hipotesis penelitian.

4. BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan membahas hasil-hasil penelitian seperti hasil angket, pengolahan data, dan analisis hasil kajian terhadap teori-teori yang digunakan untuk menjawab rumusan dan menguji hipotesis.

5. BAB V: KESIMPULAN

Pada bab ini, penelitian ini membahas kesimpulan dari hasil analisis dari bab sebelumnya. Nantinya, peneliti akan membandingkan dan memberikan informasi yang relevan baik untuk wawasan peneliti, implikasi teoritis dan manajerial serta keterbatasan dan saran bagi penelitian yang akan datang baik topik atau masalah yang terkait secara langsung maupun yang tidak langsung.