

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

PT Citilink Indonesia adalah maskapai penerbangan berbiaya murah (LCC) yang telah mengalami pertumbuhan pesat sejak didirikan pada tahun 2001. Performa penerbangan maskapai ini dapat dinilai berdasarkan beberapa indikator, seperti ketepatan waktu, keselamatan, dan kepuasan pelanggan. Keberhasilan performa penerbangan yang baik memiliki dampak positif, antara lain meningkatkan kepercayaan pelanggan, pendapatan maskapai, dan citra maskapai. Kepercayaan pelanggan sangat penting dalam industri penerbangan, dan performa penerbangan yang baik dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap PT Citilink Indonesia. Pelanggan akan merasa bahwa maskapai ini dapat memberikan layanan penerbangan yang berkualitas dan aman, sehingga mereka lebih cenderung untuk menggunakan jasa maskapai ini di masa mendatang (Arwachyntia & Sijabat, 2022; Nurul, 2021).

Pendapatan maskapai juga dipengaruhi oleh kepuasan pelanggan. Pelanggan yang puas akan lebih cenderung untuk membeli produk dan layanan tambahan dari maskapai, seperti bagasi tambahan, makanan, minuman, dan asuransi perjalanan. Oleh karena itu, performa penerbangan yang baik dapat meningkatkan pendapatan PT Citilink Indonesia. Selain itu, citra maskapai juga memiliki peran penting dalam menarik pelanggan. Citra maskapai yang positif dapat meningkatkan daya tarik maskapai di mata masyarakat. Performa penerbangan yang baik dapat meningkatkan citra PT Citilink Indonesia karena

masyarakat akan merasa bahwa maskapai ini dapat memberikan layanan penerbangan yang berkualitas dan aman (Juniarti *et al.*, 2023).

Untuk meningkatkan performa penerbangan, PT Citilink Indonesia perlu melakukan beberapa strategi, seperti meningkatkan pelatihan dan kompetensi awak pesawat, meningkatkan kualitas armada pesawat, dan meningkatkan manajemen operasional. Dengan menerapkan strategi-strategi ini, diharapkan PT Citilink Indonesia dapat terus meningkatkan performa penerbangannya dan memberikan layanan penerbangan yang berkualitas bagi pelanggan (Ali *et al.*, 2021).

Citilink Indonesia telah berhasil mencatatkan kinerja operasional dan keuangan yang sangat baik sejak tahun 2015. Sebagai anak usaha dari PT Garuda Indonesia Tbk, Citilink telah menjadi salah satu pemain utama dalam industri penerbangan di Indonesia. Saat ini, Citilink mengoperasikan 44 pesawat dengan komposisi yang terdiri dari 39 pesawat Airbus A320 berkapasitas 180 kursi, dan 5 pesawat ATR dengan kapasitas kursi 70 kursi. Keberhasilan Citilink ini telah menjadi sorotan positif dalam industri penerbangan nasional.

Pada kuartal III tahun 2022, Citilink mencatatkan rugi bersih sebesar US\$3,6 juta atau sekitar Rp56,3 miliar. Meskipun terjadi kerugian, posisi ini mengalami peningkatan yang signifikan, yaitu pertumbuhan sebesar 132 persen dari kerugian yang lebih dalam pada periode yang sama tahun sebelumnya. Citilink, sebagai anak usaha Garuda Indonesia, merupakan bagian dari Garuda Indonesia Group. Sementara itu, pada Juni 2022, Garuda Indonesia berhasil membukukan keuntungan bersih sebesar US\$3,76 miliar atau sekitar Rp57,32 triliun. Capaian ini menunjukkan peningkatan yang signifikan dibandingkan dengan periode yang sama tahun sebelumnya yang mencatatkan kerugian sebesar USD1,6 miliar.

Keuntungan Garuda Indonesia memberikan indikasi positif bagi seluruh grup perusahaan, termasuk Citilink. Citilink saat ini memiliki 44 unit armada yang terdiri dari 39 unit A320 dan 5 unit ATR72. Dengan armada ini, Citilink melayani 41 destinasi domestik dan 4 destinasi internasional. Pada tahun 2021, Citilink mengalami kerugian bersih sebesar US\$357 juta atau sekitar Rp5,44 triliun. Namun, pada kuartal pertama tahun 2023, Citilink mencatatkan laba bersih sebesar Rp569 miliar, menunjukkan perbaikan signifikan dalam performa keuangan perusahaan. Pada Juni 2023, Citilink mencatatkan total pendapatan sebesar US\$1,39 miliar atau sekitar Rp21,19 triliun. Pendapatan ini mengalami pertumbuhan sebesar 58,85% secara tahunan dari angka US\$878,69 juta yang dicapai pada Semester I tahun 2022. Citilink, sebagai bagian dari Garuda Indonesia Group, terus bekerja untuk mengoptimalkan kinerjanya dalam melayani penerbangan dengan sistem dari kota ke kota (Anggi *et al.*, 2022; Nurul, 2021).

Citilink Indonesia sebagai anak usaha Garuda Indonesia Group, telah mengalami perubahan dalam kinerja keuangan dan operasionalnya. Pada kuartal III tahun 2022, Citilink masih mencatatkan kerugian, tetapi terjadi peningkatan signifikan dibandingkan dengan periode yang sama tahun sebelumnya. Hal ini menunjukkan upaya perbaikan dalam manajemen perusahaan. Garuda Indonesia, perusahaan-induk Citilink, berhasil mencatatkan keuntungan yang signifikan pada Juni 2022, yang memberikan dampak positif pada seluruh grup perusahaan. Namun demikian, sepanjang tahun 2022 (januari-agustus), rata-rata tingkat okupansi citilink mencapai 81.7% sedangkan perusahaan menargetkan tingkat okupansi mencapai 85%, data tersebut menunjukkan bahwa penjualan tiket citilink masih perlu diperhatikan dan ditingkatkan (Jelita, 2022). Dan pada tahun 2023, tingkat

okupansi mencapai 83.4% dengan target yang masih sama yaitu 85%. Kesimpulannya, Citilink Indonesia sedang dalam proses perbaikan kinerja dan memiliki potensi untuk tumbuh lebih baik di masa depan, tetapi tetap menghadapi tantangan dalam industri penerbangan yang kompetitif (Juniarti *et al.*, 2023; Kharisma, 2023; Nurul, 2021).

Analisis pengaruh performa penerbangan terhadap *repurchase intention* (niat untuk melakukan pembelian ulang) dalam industri penerbangan sangat penting untuk memahami perilaku pelanggan dan mempertahankan pangsa pasar yang kuat. Performa penerbangan mencakup berbagai aspek seperti ketepatan waktu, keselamatan, kualitas layanan, harga tiket, dan pengalaman keseluruhan dalam perjalanan udara. Pertama-tama, ketepatan waktu penerbangan memiliki pengaruh besar terhadap *repurchase intention*. Pelanggan cenderung akan merasa puas dan lebih mungkin untuk memilih maskapai yang sering menghormati jadwal keberangkatan dan kedatangan (Cahyani *et al.*, 2019; Gosal & Bernarto, 2021; Sari & Zuhra, 2019). Kecepatan dan konsistensi dalam waktu penerbangan juga dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap maskapai. Kedua, faktor keselamatan sangat penting. Pelanggan akan cenderung memilih maskapai yang memiliki catatan keselamatan yang baik. Insiden atau kecelakaan yang melibatkan maskapai dapat berdampak negatif pada *repurchase intention*.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Cahyani *et al.*, (2019) menyatakan bahwa kualitas layanan juga berperan besar dalam memengaruhi keputusan pelanggan untuk membeli ulang. Pelayanan yang ramah, responsif, dan efisien dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan mendorong mereka untuk kembali menggunakan layanan maskapai tersebut. Harga tiket adalah faktor ekonomi yang

signifikan. Harga yang kompetitif atau penawaran khusus dapat memengaruhi *repurchase intention*, terutama dalam industri penerbangan yang sangat kompetitif. Pengalaman keseluruhan selama perjalanan, termasuk fasilitas di pesawat, kenyamanan, dan proses check-in juga memiliki dampak pada *repurchase intention*. Dengan melakukan analisis mendalam terhadap faktor-faktor di atas, maskapai penerbangan dapat mengidentifikasi area di mana mereka perlu meningkatkan performa untuk memperkuat *repurchase intention* pelanggan. Ini dapat membantu mereka mempertahankan pelanggan setia dan meningkatkan daya saing di pasar yang kompetitif.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian berjudul “**Analisis Pengaruh *Perceived Safety*, *Brand Image*, *APP Mobile Quality* dan *Service Quality* Terhadap *Repurchase Intention* Melalui *Satisfaction* Pada Maskapai Penerbangan PT Citilink Indonesia.**”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang disampaikan maka rumusan masalah dalam penelitian ini yakni sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh *Perceived safety* terhadap *satisfaction* pada pelanggan PT Citilink Indonesia?
2. Sejauh mana *Brand image* mempengaruhi *satisfaction* dari pelanggan PT Citilink Indonesia?
3. Apakah terdapat *App Mobile* berperan dalam memengaruhi *satisfaction* pelanggan PT Citilink Indonesia?
4. Apakah terdapat pengaruh *Services* terhadap *satisfaction* pada pelanggan PT Citilink Indonesia?

5. Apakah terdapat pengaruh *Satisfaction* terhadap *repurchase intention* pada pelanggan PT Citilink Indonesia?
6. Sejauh mana *Customer Satisfaction* berperan sebagai variabel mediator dalam hubungan antara *Safety*, *Brand image*, *App Mobile*, *Services*, dan *Repurchase intention* pada pelanggan PT Citilink Indonesia?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini yakni sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh *Perceived safety* terhadap *satisfaction* pada pelanggan PT Citilink Indonesia.
2. Untuk mengevaluasi sejauh mana *Brand image* mempengaruhi *satisfaction* dari pelanggan PT Citilink Indonesia.
3. Untuk mengidentifikasi peran *App Mobile* dalam memengaruhi *satisfaction* pelanggan PT Citilink Indonesia.
4. Untuk mengukur pengaruh *Services* terhadap *satisfaction* pada pelanggan PT Citilink Indonesia.
5. Untuk mengukur pengaruh *satisfaction* terhadap *repurchase intention* pada pelanggan PT Citilink Indonesia.
6. Untuk mengidentifikasi sejauh mana *Customer Satisfaction* (*Z*) berperan sebagai variabel mediator dalam hubungan antara *Safety*, *Brand image*, *App Mobile*, dan *Services* terhadap *Repurchase intention* pada pelanggan PT Citilink Indonesia.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini memiliki beberapa manfaat teoritis sebagai berikut:

1. Penelitian ini akan membantu mengisi celah pengetahuan dalam teori *repurchase intention* dengan mempertimbangkan pengaruh variabel-variabel seperti *Safety*, *Brand image*, *App Mobile*, dan *Services* dalam konteks industri penerbangan. Hasil penelitian dapat memberikan wawasan baru tentang faktor-faktor yang memengaruhi niat pelanggan untuk melakukan pembelian ulang.
2. Penelitian ini juga akan memberikan kontribusi pada teori *customer satisfaction* dengan mempertimbangkan peran variabel tersebut sebagai mediator dalam hubungan antara variabel performa penerbangan dan *repurchase intention*.

1.4.2 Manfaat Secara Praktis

Selain manfaat teoritis, penelitian ini juga memiliki manfaat praktis yang relevan untuk pihak-pihak terkait, termasuk:

1. Hasil penelitian ini dapat menjadi panduan bagi PT Citilink Indonesia dalam merancang strategi bisnis yang lebih efektif untuk mempertahankan pelanggan dan meningkatkan *repurchase intention*.
2. Penelitian ini dapat membantu maskapai untuk lebih memahami kebutuhan dan preferensi pelanggan mereka. Dengan demikian, PT Citilink Indonesia dapat meningkatkan kualitas layanan mereka, termasuk keselamatan penerbangan, ketepatan waktu, layanan di

aplikasi *mobile*, dan layanan umum, sehingga meningkatkan kepuasan pelanggan.

3. Hasil penelitian ini dapat memberikan masukan berharga dalam pengambilan keputusan terkait investasi dan pengembangan layanan.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah memahami masalah yang akan dibahas, penyusunan tesis ini terdiri dari lima bab dengan sistematika sebagai berikut :

BAB I – PENDAHULUAN

Bab pertama terdiri dari latar belakang penelitian, masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan juga kerangka sistematis dari semua bab yang berurutan.

BAB II – TINJAUAN PUSTAKA

Bab kedua terdiri dari latar belakang teori yang digunakan dalam penelitian, tinjauan pustaka, dan juga keterkaitan antar variabel. Kerangka konseptual hipotesis penelitian ini juga ditambahkan dalam bab ini.

BAB III – METODE PENELITIAN

Bab ketiga menjelaskan metode yang digunakan untuk menganalisis lebih lanjut dan mengukur hubungan antara semua variabel termasuk desain penelitian dan metode pengumpulan data dalam pendekatan penelitian kuantitatif.

BAB IV – HASIL PENELITIAN

Bab keempat terdiri dari hasil penelitian aktual tentang keterkaitan antar variabel dalam penelitian ini. Hasil aktual menggunakan uji statistik yang dilakukan

dengan data yang terkumpul. Pembahasan hasil akan memberikan jawaban atas pertanyaan penelitian dan berujung pada kesimpulan penelitian.

BAB V - KESIMPULAN DAN SARAN

Bab kelima menyimpulkan penelitian secara keseluruhan dan akan memberikan beberapa wawasan dari peneliti, implikasi manajerial, keterbatasan penelitian, serta rekomendasi yang dapat diterapkan dalam penelitian masa depan.

