

Analisis kepuasan pelanggan studi kasus pada perusahaan penerbangan lion air

Patria Adiguna, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=103264&lokasi=lokal>

Abstrak

Kepuasan pelanggan merupakan hasil yang dirasakan pelanggan atau pembeli dari kinerja perusahaan yang memenuhi harapan mereka. Pelanggan akan puas apabila harapan mereka dipenuhi dan bahagia bila harapan mereka dilebihi. Pelanggan yang puas akan setia lcbih lama, membeli lcbih banyak, kurang sensitif pada harga dan memberikan komentar baik tentang pemsahaan. Untuk menciptakan kepuasan pelanggan, Lion Air mengclola rantai nilai mereka dan sistem pengantaran nilai dengan cara yang berpusat pada pclanggan (customer ccnfer way). Tujuan Lion Air tidak hanya mendapatkan pelanggan tetapi lcbih peming lagi mempertahankan pelanggan (Kotler et all ;2002). Apabila Lion Air menetapkan harga terlalu rendah, Lion Air mungkin akan memuaskan pelanggan yang membeli/ memesan tiketnya tetapi gagal menarik konsumen dalam jumlah besar. Sebaiknya apabila Lion Air menaikkan harapan atau harga terlalu tinggi, kemungkinan pembeli merasa tidak puas (Kotler and Amsmmg ; 1996).

Dengan meningkatnya intensitas persaingan di industri penerbangan domestik, maka tak ada pilihan lain bagi perusahaan penerbangan selain menciptakan kepuasan pelanggan yang tinggi untuk mempertahankan eksistensinya. Agar hal ini dapat direalisasikan, maka perusahaan penerbangan perlu mcngctahui aspck - aspck yang rclevan dengan kepuasan pclanggan. Dalam industrn penerbangan, layanan rnencalcup tiga kategori, yaitu layanan sebelum, selama, dan sesudah penerbangan. Oleh sebab itu dalam penelitian ini penulis akan rnengkaji atribut - atribut dalam ketiga kategori layanan tersebut yang menurul pelanggan penling dan bcrpcngaruh dalam pemilihan altematif perusahaan domestik.

Berdasarkan lalar bclakang permasalahan diatas penulis akan mencliti mengenai apakah kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan penerbangan, dengan mengamati melalui lima dimensi kualitas jasa yaitu : bukti tisik Qrcmgibies), kehandalan (reliahiliry), daya tanggap (responsiverle::s),jaminan (cwszn-ance`), dan empati (errplrary). Unit analisis adalah pengguna jasa Lion Air yang dikelompokkan dalam lzecheng user, yaitu responden/penumpang yang terbang lebih dari 3 kali, dan light user yailu penumpang yang tcrbang dengan Lion Air kurang dari 3 kali, dengan jumlah responden sebanyak 142 orang responden dari 200 orangresponden yang direncanakan.

Adapun tujuan penelitian ini adalah :

- 1) Untuk mengelahui apakah pelayanan yang dibcrikan Lion Air dapal memenuhi keinginan dari pelanggan atau pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diterima.
- 2) Mcngkaji kcpuasan kualitas pclayanan yang dibcrikan olch Lion Air kepada pelanggan heavy user dan Iigh! user.
- 3) Mempelaiari apakah para pelanggan (dari segmen bisnis, liburan, mengunjungi sahabat/'kerabat dan relasi) memiliki ekspresi yang berbeda dalam kepuasan atau ketidakpuasan masing - masing.

Penelitian dibatasi pada pelanggan atau responden yang menggmxakan Lion Air, yang dilaksanakan dengan mcnyebarkan kuesioner kepada calon penumpang Lion Air di bandara, di kantor - kantor pemenntahan depanemen dan BUMN, dan untuk ibu - ibu rumah tangga di kompleks perumahan. Pengumpulan data dilakukan dengan alat penelitian berupa kuesioner yang mengacu pada penelitian Parasuraman and Berry (1997). Pengukuran variabel penelitian dengan kuesioner dilakukan dengan skala likert (metrik) dan kategori (non metrik) Pada penelitian ini, pengolahan data menggunakan analisis Uji Chi - Square untuk mcngetahui nilai statistik secara signitikan dalam pengumpulan data pada tabulasi silang (Malhotra 1 1999). Selain itu Uji Chi - Square digunakan untuk membahas membahas apakah ada hubungan antara dua variabcl atau tidak serta mengukur seberapa jauh hubungan terscbut (Santoso dan Ciptono : 220). Hasil pcnelitian menunjuklcan bahwa sebagian besar pcnumpang Lion Air menyatakan puas atas pelayanan yang diberikan dan menilai baik kualitas jasa Lion Air tersebut karena responden puas dengan harga tiket yang terjangkau selain itu ada pu1a konsumen atau penumpang yang tidak puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Lion Air disebabkan karena ada beberapa harga likct pesawat yang tidak standard sehingga sebagian ada beberapa penumpang yang beralih ke perusahaan penerbangan lain yang harganya re\atif lebih murah. Beralihnya pelanggan yang disertai rasa tidak puas terhadap pekayanan yang diberikan kepada Lion Air akan bcrdampak buruk pada pclanggan lainnya. Oleh karena itu Lion Air tidak perlu menghambat peiangan yang akan pindah ke pemsahaan penerbangan lain, namun Lion Air perlu menggali informasi untuk mengatahui alasan yang sebenarnya serta mengevaluasi kelebihan dan kekurangan pada perusahaan penerbangan tersebut.

<hr>

Competitive intensity have been increasing at domestic airline industiy. So that, there is no choice for domestic airline except to create best or invent customer satisfaction, to preserve existence. To realize its above mentioned, the airlines must to knowing relevan aspects in relation with the customer satisfaction (Kotler and Amstrong ; 1996).

Customer satisfaction has resulting that customer was felt or buyer from company?s performance that its expectation was fuliilled. Customer have will be satisfy if their expectation was fulfilled and feel happy if they have talking more than expectation. Customer satisfied will be loyal for a long time, to buy more, insensitive with price and gave goods comment about company, to creating customer satisfaction- The airline much be manage their value chain and value of delivery system, with customer central way.The aim of airline not just get the customer, but more of important thing preserve the customer (Kotler et all ; 2002), If the airline have defined the price too low. Its possnnle to satisfied customer that bought or reserve the ticket, but failed took customer for the greater part. In the airline industry, services have to snactch at three category, such as ;pre flight, in flight, and post flight. That?s way in this research I will examine atributs of three service category. T`hat accompanied with customer opinion have been important and influenced at alternative choice ofdomcstic airlines- Based on the background problem above mentioned, l will examineabout what customer satisfaction against services that that gave by airline, with have notice to under go tive dimention of service quality, such as : tangibles, reslibility, responsiveness, assurance, and emphaty. The analysis unit is that grouping the users Lion Air into heavy user, that the passenger/respondent who are uscdflly more than three timcs, and light user that the passenger/respondent who used less than three times, with the total 142 respondent from 200 respondent targeted.

Objectives of these research, are 2

- 1) To know about the services of Lion Air how can fulfilled of customers wants or customer can will feel satisfy with the accepted services.
- 2) To examine service quality satisfaction from Lion Air especially to heavy user and light user.
- 3) To study the customer (from business segment, vacation, to visit a friend/family and relation), have different expression in satisfaction or each dissatisfaction

The research have limited by the customer or respondent used the Lion Air, to accomplish by spreading the questionnaire to applicant passengers of Lion Air in airports, government offices or department, state company, and for wifehouses at resident complex. Gathering data to fit with research requirements such as questionnaire to refer a research by Parasuraman and Berry (1997). To measure research variable with questionnaire to do with 10-point scale (metric) and category (non metric). In this research, data preparation used Chi ~ Square test analysis to test the statistical significance of the observed in a cross tabulation (Malhotra : 1999). And Chi - Square test used to study, is any relation between two variable or not and measure as much as that relations (Santoso and Ciptono : 196). The yield of the research show that the greater part of Lion Air passengers to prove satisfy that the service to receive and to good estimate service quality of Lion Air because respondent satisfy with low cost ticket, that the except unsatisfy customer or passenger with the receive service by Lion Air because any price of the ticket is not standard, so that the part of any passengers to change/move to the other low cost airlines. To change customer with dissatisfaction to the receive service of Lion Air will be worse to the other customer. Lion Air not necessary to get hold of customer will move to the other airlines, and than Lion Air must to delve information for the real reason and evaluation of strength and weakness at this airline.