

## Analysis of willingness to pay for full service airline's ancillary revenue: the case of Garuda Indonesia = Analisa keinginan untuk membeli produk-produk tambahan dari full service airline: kasus pada Garuda Indonesia

Ermila Klislinar, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20493842&lokasi=lokal>

---

### Abstrak

Airlines are facing challenges from high cost structures and intense competition. This has made airlines universally look for opportunities to generate ancillary revenue, additional income apart from their main sources, including Full Service Carriers (FSC). Measuring consumers willingness to pay is pivotal in pricing and estimating ancillary revenue demand. This study analyzes the impact of customers type of journey, purpose of journey, length of flight, and type of flight on willingness to pay (WTP) of Garuda Indonesias ancillary revenues, which comprises of unbundled products and commission based income. This paper conducts a survey to Garuda Indonesias customer with total 204 respondents and follows quantitative non-parametric method to identify and describe the relationship between the WTP of Garuda Indonesias ancillary revenue and all variables of interest. The study finds that passengers value more the unbundled products than the commission-based products. It is also find differences in WTP for particular ancillary products and services based on purpose of journey, length of flight, and type of flight class.

.....Maskapai menghadapi tantangan dari struktur biaya tinggi dan persaingan ketat. Ini telah membuat maskapai secara universal mencari peluang untuk menghasilkan pendapatan tambahan, pendapatan tambahan terpisah dari sumber utama mereka, termasuk Operator Layanan Lengkap (FSC). Mengukur kesediaan konsumen untuk membayar sangat penting dalam menentukan harga dan memperkirakan permintaan pendapatan tambahan. Studi ini menganalisis dampak dari jenis perjalanan pelanggan, tujuan perjalanan, lama penerbangan, dan jenis penerbangan pada kesediaan untuk membayar (WTP) dari pendapatan tambahan Garuda Indonesia, yang terdiri dari produk yang tidak diikat dan pendapatan berdasarkan komisi. Makalah ini melakukan survei kepada pelanggan Garuda Indonesia dengan total 204 responden dan mengikuti metode kuantitatif non-parametrik untuk mengidentifikasi dan menggambarkan hubungan antara WTP pendapatan tambahan Garuda Indonesia dan semua variabel yang diminati. Studi ini menemukan bahwa penumpang lebih menghargai produk yang tidak diikat daripada produk berbasis komisi. Juga ditemukan perbedaan dalam WTP untuk produk dan layanan tambahan tertentu berdasarkan tujuan perjalanan, lama penerbangan, dan jenis kelas penerbangan.