

Pengukuran afeksi pada saat mempergunakan jasa dan pengaruhnya terhadap kepuasan, kenggunaan ulang serta perilaku keluhan. Suatu telaah pada penumpang Pelita Air Service pada rute penerbangan Jakarta-Yogyakarta-Jakarta

Tengku Ezni Balqiah, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=71019&lokasi=lokal>

Abstrak

PT. Pelita Air Service (PAS) yang berdiri pada tahun 1970, awalnya bergerak pada industri penerbangan carter yang melayani PERTAMINA, pada tahun 1991 mulai mengarah profit oriented dengan menjadi perusahaan angkutan udara borongan (air charter). Pada awal tahun 2000, perusahaan ini mulai melakukan proses perijinan untuk bergerak di penerbangan berjadwal. Sejak 25 Agustus 2000, PAS menawarkan rute penerbangan Jakarta-Yogya-Jakarta dengan menghadirkan konsep nuansa Yogya untuk membungkus program pemasaran dan pelayanan. Penerbangan Jakarta-Yogya dinamakan Malioboro Weekend Flight, yang diyakini manajemen PAS sebagai diferensiasi layanan dengan memberikan sentuhan keunikan yang dapat mengetuk pasar.

Apa yang dilakukan PAS ini merupakan penerapan dan Pemasaran Eskperensial (Experiential Marketing), yaitu dengan memberikan pengalaman (experience) kepada penumpang sebagai upaya untuk menarik penumpang menggunakan jasa PAS untuk jalur penerbangan Jakarta-Yogya bahkan memotivasi penumpang untuk melakukan penggunaan ulang (repeat buying). Akan tetapi dengan durasi penerbangan yang hanya 40 menit pada jalur Jakarta-Yogya dan keterbatasan armada pesawat yang dimiliki untuk melayani Elite penerbangan berjadwal ini, membuat PAS kesulitan untuk menghadirkan nuansa Yogya melalui suasana ruangan (spatial environment), yaitu dekorasi di dalam pesawat yang bernuansa Yogya dengan menghadirkan gambar keraton serta musik campursari di dalam pesawat. Mulai bulan Februari 2001, PAS menghentikan iklan Malioboro Weekend Flight, karena konsep ini dirasakan sudah tidak dapat didukung lagi oleh aspek teknis pelaksanaannya di lapangan. Untuk selanjutnya PAS tetap menawarkan petualangan udara (air venture) dengan lebih menekankan kepada pelayanan yang diberikan awak kabin kepada penumpang selama penerbangan berlangsung. Selain itu untuk memberi sensasi kejutan dan lebih memotivasi penumpang melakukan penggunaan ulang, PAS melakukan undian bagi penumpang Jakarta - Yogya atau sebaliknya yang disebut dengan Unique Game Venture, yaitu undian dengan hadiah potongan harga bahkan tiket gratis untuk penerbangan selanjutnya dengan PAS pada penerbangan selanjutnya.

Permasalahan yang diuji dalam penelitian ini adalah mengukur afeksi penumpang yang ditimbulkan oleh konsep petualangan di udara (air venture) yang tawarkan PAS pada penumpang jalur Jakarta-Yogya-Jakarta pada saat mempergunakan jasa (in flight) dan bagaimana pengaruh afeksi tersebut terhadap kepuasan yang dirasakan penumpang, penggunaan ulang, serta perilaku keluhan. Secara lebih terperinci tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah :

1. Mengungkapkan afeksi yang muncul pada saat mempergunakan jasa penerbangan Jakarta-Yogya.
2. Mengungkapkan kepuasan pada saat mempergunakan jasa penerbangan Jakarta-Yogya.
3. Mengetahui pengaruh kepuasan terhadap penggunaan ulang dan perilaku keluhan.

Afeksi yang diukur adalah arousal, afeksi positif, dan afeksi negatif yang diukur dengan menggunakan 13 indikator (variabel teramati), kepuasan diukur dengan menggunakan 3 indikator, penggunaan ulang diukur dengan 2 indikator, dan perilaku keluhan diukur dengan 2 indikator. Selain afeksi, Oliver (1994) menyatakan bahwa kinerja, kualitas, dan diskonfirmasi juga mempengaruhi kepuasan. Maka demikian perlu dilakukan pengukuran terhadap kinerja, kualitas, dan diskonfirmasi. Kinerja diukur dengan 8 variabel teramati, kualitas diukur dengan 3 indikator, dan diskonfirmasi diukur dengan 3 indikator. Terdapat 34 indikator variabel dalam penelitian ini yang dituangkan dalam bentuk kuesioner yang dibagikan kepada responden, yaitu penumpang pesawat Pelita rute Jakarta-Yogya-Jakarta.

Pengolahan data dilakukan dengan metoda SEM mengingat Structural Equation Modeling (SEM) menguji suatu rangkaian hubungan saling ketergantungan secara bersamaan (seketika). Ini sangat bermanfaat bila satu variabel terikat akan menjadi variabel bebas pada hubungan saling ketergantungan berikutnya. Suatu set hubungan ini, setiap variabel bebas dan terikat, merupakan dasar Structural Equation Modeling.

Hasil pengolahan data memperlihatkan terdapatnya hubungan yang signifikan sebagai berikut :

1. Afeksi negatif dengan arousal dan kinerja
2. Afeksi positif dengan arousal dan kinerja
3. Kualitas dengan kinerja
4. Kepuasan dengan afeksi negatif, kualitas, dan diskonfirmasi
5. Penggunaan ulang dengan kepuasan
6. Perilaku keluhan dengan kepuasan

Hasil pengolahan juga memperlihatkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan yaitu :

1. Kepuasan dengan afeksi positif dan kinerja
2. Perilaku keluhan dengan afeksi negatif

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hanya sebagian dari model Oliver (1994) dan apa yang disampaikan Day (1984) tidak terbukti. Oliver (1994) menyatakan bahwa kepuasan merupakan fungsi dari afeksi positif, afeksi negatif, kualitas, kinerja, dan diskonfirmasi, sedangkan Day (1984) menjelaskan bahwa sumber utama perilaku keluhan sebenarnya bukan pada ketidakpuasan tetapi kepada emosi negatif yang muncul sebagai akibat ketidaksesuaian dengan hasil yang diperoleh dari mengkonsumsi produk / jasa.