

Hubungan pelayanan jasa penerbangan dengan kepuasan pelanggan (pre-flight service Star Air)

Dewi Kemala Dadang, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=79972&lokasi=lokal>

Abstrak

Pelayanan merupakan produk yang ditawarkan oleh perusahaan penerbangan. Pelayanan yang diberikan ini bersifat high contact, sehingga fungsi pelayanan pelanggan perlu dikelola dengan baik. Sebagai perusahaan jasa, pengelolaan pelayanan pelanggan yang berkualitas dapat menjadi alat komunikasi pemasaran yang strategis. Hal ini dikarenakan, melalui pelayanan pelanggan maka peran-peran pelayanan dapat disampaikan.

Pelayanan pelanggan suatu maskapai penerbangan terbagi menjadi 3 (tiga) tahap, yaitu pre-flight service (pelayanan yang diberikan sebelum melakukan perjalanan), in-flight service (pelayanan pada saat melakukan perjalanan), dan post-flight service (pelayanan setelah melakukan perjalanan). Dimana masing-masing tahapan tersebut memiliki potensi untuk menciptakan ketidakpuasan pelanggan bila performancenya mengecewakan (Lovelock, 1992: 289).

Penelitian ini akan membahas mengenai hubungan pelayanan jasa penerbangan khususnya pre-flight service dengan kepuasan pelanggan. Mengapa preflight service yang dipilih? Jawabannya adalah bahwa tahap pelayanan ini merupakan tahap awal pelanggan berhubungan dan merasakan pelayanan yang diberikan oleh jasa penerbangan. Persepsi awal terhadap pelayanan yang dirasakan akan berpengaruh terhadap persepsi proses pelayanan berikutnya bahkan secara keseluruhan (Rangkuti, 2002: 30). Dengan alasan itu, maka penelitian ini cukup penting untuk dikaji.

Untuk melihat hubungan antara pelayanan jasa penerbangan (pre-flight service) dengan kepuasan pelanggan, maka penelitian ini dilakukan dengan metode survey. Populasi penelitian ini adalah para penumpang Star Air, sedangkan sampel yang diambil adalah sebanyak 200 orang dengan penarikan sampel secara acak sederhana. Kemudian data yang telah terkumpul dianalisis dengan menggunakan Pearson's Correlation, regresi parsial dan regresi ganda.

Hasil pengolahan dan analisis data menunjukkan bahwa variabel pre-flight service memiliki hubungan yang signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan. Dengan demikian pelayanan pelanggan pada tahapan ini memiliki potensi untuk menciptakan kepuasan dan ketidakpuasan terhadap pelanggan suatu maskapai penerbangan. Penelitian ini perlu dilakukan penelitian lanjutan dengan fokus penelitian yang diperluas lagi, yaitu mencakup maskapai-maskapai penerbangan domestik yang tengah bersaing, untuk mendapatkan hasil yang lebih baik. Sehingga hasil penelitian dapat memperkaya khasanah mengenai konsep pelayanan dan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi industri penerbangan untuk meningkatkan kualitas pelayanan pelanggan.