

**ANALISIS PENGARUH HARGA DAN
KUALITAS PELAYANAN YANG
BERPENGARUH TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN DAN BERTUJUAN UNTUK
MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN
CITILINK DI KOTA SEMARANG**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Diponegoro

Disusun Oleh :

MUHAMMAD ARIF NAUFAL
12010115130232

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2019

PERSETUJUAN USULAN PENELITIAN

Nama Penyusun : Muhammad Arif Naufal

Nomor Induk Mahasiswa : 12010115130232

Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Manajemen

Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN YANG BERPENGARUH TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN BERTUJUAN UNTUK MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN CITILNK DI KOTA SEMARANG**

Dosen Pembimbing : Dr. Hj. Yoestini, MSi.

Semarang, 19 Juni 2019

Dosen Pembimbing,

(Dr. Hj. Yoestini, MSi.)

NIP. 196211161987032001

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Penyusun : Muhammad Arif Naufal

Nomor Induk Mahasiswa : 12010115130232

Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Manajemen

Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN YANG BERPENGARUH TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN BERTUJUAN UNTUK MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN CITILNK DI KOTA SEMARANG**

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 28 Juni 2019

Tim Penguji:

1. Dr. Hj. Yoestini, M.Si (.....)

2. Drs. Budi Sudaryanto , MT (.....)

3. Drs. Suryono Budi Santosa,MM (.....)

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya, Muhammad Arif Naufal, menyatakan bahwa skripsi dengan judul **ANALISIS PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN YANG BERPENGARUH TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN BERTUJUAN UNTUK MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN CITILNK DI KOTA SEMARANG** merupakan hasil dari tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan maupun sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin ataupun menjiplak dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan, pendapat, atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui sebagai tulisan saya sendiri, dan/atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin itu, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya. Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut di atas, baik disengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 18 Juni 2019
Yang membuat pernyataan,

Muhammad Arif Naufal

NIM. 12010115130232

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“... Successful indeed are the believers ...”

(QS. 26 : 1)

“... Not a leaf falls but that Allah knows it ...”

(QS. 6 : 59)

“... Do not loose hope, nor be sad ...”

(QS. 3 : 139)

“Difficult roads often lead to beautiful destinations”

(unknown)

Skripsi ini penulis DIpersembahkan untuk Bunda, Ayah , Mba Fina, dan Adik-Afi yang sangat amat penulis cintai. Khususnya teruntuk bunda penulis, Bunda Yoke Syamsidar . Seseorang yang tiada henti memberikan doa, semangat dan dukungan kepada penulis, demi kelancaran pembuatan karyatulis ini dan demi kesuksesan penulis.

ABSTRAK

Persaingan bisnis pada industri maskapai penerbangan cukup ketat, dan tidak dapat dihindari. Dibutuhkan banyak inovasi dan mengetahui apa kebutuhan yang dibutuhkan oleh masyarakat sehingga membuat masyarakat akan loyal terhadap produk tersebut Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Harga dan Kualitas pelayanan yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan yang berdampak pada loyalitas pelanggan

Populasi dalam penelitian ini adalah Konsumen maskapai di Kota Semarang. Jumlah sampel yang digunakan adalah sebanyak 126 orang yang dipilih menggunakan *nonprobability sampling dan purposive sampling* melalui kuesioner. Data diperoleh dari kuesioner yang kemudian diolah dan dianalisis dengan menggunakan *Structural Equation Modelling (SEM)* sebagai alat analisis

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, dalam penelitian ini Kualitas pelayanan adalah variable yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, Kepuasan pelanggan juga ditemukan memiliki fungsi mediasi dalam hubungan pengaruh antara harga dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.

.Kata Kunci : Harga, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan

ABSTRACT

Business competition in the airline industry is quite strict, and cannot be avoided. It takes a lot of innovations and knowledges of what needs are needed by the community so that people will be loyal to the product. The purpose of this study is to find out the effect of price and service quality that affect customer satisfaction which may also have an impact on customer loyalty

The population in this study was airline consumers in the city of Semarang. The number of sample used was 126 people selected using nonprobability sampling and purposive sampling through questionnaires. Data were then processed and analyzed using Structural Equation Modeling (SEM) as an analytical tool

The results showed that price affects customer satisfaction, service quality affects customer satisfaction, and customer satisfaction affects customer loyalty. In this study service quality is the most influential variable on customer satisfaction. Customer satisfaction is also found to have a mediating function in the influence relationship between price and service quality to customer loyalty.

Keywords : Price, Quality Service, Satisfaction and Loyalty Customer

KATA PENGANTAR

Tiada kata teristimewa tertulis dari jemari kita semua selain rasa puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang tak pernah henti memberikan rahmat, karunia, kemudahan dan kelancaran bagi penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“ANALISIS PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN YANG BERPENGARUH TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN BERTUJUAN UNTUK MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN CITILNK DI KOTA SEMARANG** dengan baik dan lancar.

Skripsi ini disusun sebagai syarat akademis untuk menyelesaikan program Strata Satu (S1) Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro Semarang. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak dapat terselesaikan dengan baik tanpa adanya bimbingan, dukungan, bantuan, maupun doa dari berbagai pihak selama proses penyusunan skripsi ini berlangsung. Dan pada kesempatan ini, penulis ingin memberikan rasa hormat dan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan nikmat kesehatan, kemudahan, serta kelancaran dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Dr. Suharnomo, SE., MSi selaku dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro.
3. Dr. Harjum Muharam, SE., ME selaku ketua Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro.
4. Dr. H. Mochammad Chabachib MSi., Akt selaku dosen wali bagi penulis selama menempuh studi di Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro.
5. Dr. Hj. Yoestini, MSi selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan dengan penuh kesabaran dalam proses penyusunan skripsi ini dari awal hingga akhir.
6. Segenap dosen dan karyawan Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro yang telah memberikan berbagai ilmu yang sangat bermanfaat bagi penulis.
7. Untuk Kedua Orang Tua saya Ayah Muhammad Syahid dan Bunda Yoke Syamsidar yang tiada hentinya mendoakan dan mendukung dari awal perkuliahan hingga mendukung dalam segala proses pembuatan skripsi
8. Kakak dan Adek Saya Alifina khairunissa dan Nurul Afifah yang tiada hentinya dalam memberikan kasih sayang beserta dukungan dan doa kepada saya

9. Kepada Alva Khairina R yang telah mendoakan saya, memberikan motivasi dan juga dukungan kepada saya
10. Sahabat sahabat saya di manajemen seperjuangan saya dari awal perkuliahan dimulai Herson David, Jason Sintadi, Nandio Aditya, Aulia Harbie
11. Sahabat-Sahabat Kost Haven Residence Emir, Aryo, Farhan, Bagong, Beton farhandika, jonathan, dan damar
12. Teman-teman KKN TIM II Desa Gedangan, Kecamatan Wirosari, Kabupaten Grobogan Alfian, Bima, Ilham, Fira, Nabila, Yuli dan Avika
13. Teman-teman bimbingan Ibu Dr. Hj. Yoestini, MSi yang saling menguatkan untuk terus berjuang menyelesaikan skripsi sampai selesai.
14. Sahabat yang memberikan warna dan pengalaman berorganisasi yang sangat berkesan di Himpunan Mahasiswa Jurusan Manajemen/MSA
15. Seluruh responden yang telah bersedia mengisi kuesioner.
16. Semua pihak yang telah membantu dalam proses pembuatan skripsi ini. Terima kasih karena kalian telah banyak membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa masih banyak kekurangan dan keterbatasan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu penulis mohon maaf atas segala kesalahan dan kekurangan. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan bagi semua pihak yang membutuhkan.

Semarang, 18 Juni 2019
Yang membuat pernyataan,

Muhammad Arif Naufal

NIM. 12010115130232

DAFTAR ISI

| | |
|----------------------------------------------------------------------|------|
| PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN | ii |
| PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI | iii |
| MOTTO DAN PERSEMBAHAN | iv |
| ABSTRAK | v |
| <i>ABSTRACT</i> | vi |
| KATA PENGANTAR | vii |
| DAFTAR ISI..... | ix |
| DAFTAR GAMBAR | ix |
| DAFTAR TABEL..... | xiii |
| BAB I..... | 1 |
| PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar belakang masalah | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 15 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 17 |
| 1.4 Manfaat penelitian..... | 17 |
| 1.5 Sistematika penelitian..... | 18 |
| BAB II..... | 20 |
| 2.1 Landasan Teori | 20 |
| 2.1.1 Kualitas pelayanan..... | 20 |
| 2.1.2 Definisi Harga..... | 23 |
| 2.1.3 Kepuasan Pelanggan | 24 |
| 2.1.4 Loyalitas Pelanggan..... | 26 |
| 2.2 Pengaruh hubungan antar variable | 28 |
| 2.2.1 Pengaruh Kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan..... | 28 |
| 2.2.2 Pengaruh Harga terhadap kepuasan pelanggan..... | 28 |
| 2.2.3 Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan | 29 |
| 2.3 Penelitian terdahulu..... | 30 |
| 2.4 Hipotesis | 35 |

| | |
|-----------------------------------------------------------------|-----------|
| 2.5 Kerangka Pemikiran Teoritis..... | 34 |
| BAB III | 35 |
| 3.1 Variabel Penelitian dan Definisi operasional variable | 35 |
| 3.1.1 Variable penelitian | 35 |
| 3.1.2 Definisi Operasional | 36 |
| 3.2 Populasi dan Sampel | 42 |
| 3.2.1 Populasi..... | 42 |
| 3.2.2 Sampel..... | 42 |
| 3.2.3 Metode Penentuan Sampel | 43 |
| 3.3 Jenis dan Sumber Data | 44 |
| 3.3.1 Data Primer | 44 |
| 3.3.2 Data sekunder | 44 |
| 3.4 Metode pengumpulan data | 45 |
| 3.5 Metode Analisis Data | 46 |
| BAB IV | 57 |
| 4.1 Deskripsi Objek Penelitian | 57 |
| 4.1.1 Gambaran Objek Penelitian..... | 58 |
| 4.1.2 Visi Misi Perusahaan... .. | 58 |
| 4.2 Gambaran Umum Responden... .. | 59 |
| 4.3. Hasil Analisis SEM..... | 63 |
| 4.3.1 Analisis Faktor Konfirmator | 64 |
| 4.3.2 Asumsi SEM..... | 73 |
| 4.3.3. Pengujian Hipotesis | 79 |
| BAB V..... | 84 |
| 5.1 Kesimpulan..... | 84 |
| 5.2 Implikasi Teoritis | 85 |
| 5.3 Implikasi Manajerial | 87 |
| 5.4 Keterbatasan penelitian | 88 |
| 5.5 Saran untuk peneliti..... | 88 |
| DAFTAR PUSTAKA | 89 |

| | |
|------------------|-----|
| LAMPIRAN A | 93 |
| LAMPIRAN B | 100 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|------------------|----|
| GAMBAR 1.1..... | 6 |
| GAMBAR 1.2..... | 7 |
| GAMBAR 2.1..... | 34 |
| GAMBAR 4.1..... | 59 |
| GAMBAR 4.2..... | 60 |
| GAMBAR 4.3..... | 61 |
| GAMBAR 4.4..... | 62 |
| GAMBAR 4.5..... | 64 |
| GAMBAR 4.6..... | 65 |
| GAMBAR 4.7..... | 66 |
| GAMBAR 4.8..... | 67 |
| GAMBAR 4.9..... | 69 |
| GAMBAR 4.10..... | 71 |
| GAMBAR 4.11..... | 80 |

DAFTAR TABEL

| | |
|-----------------|----|
| TABEL 1.1..... | 3 |
| TABEL 1.2..... | 10 |
| TABEL 1.3..... | 12 |
| TABEL 2.1..... | 30 |
| TABEL 3.1..... | 41 |
| TABEL 3.2..... | 47 |
| TABEL 4.1..... | 58 |
| TABEL 4.2..... | 69 |
| TABEL 4.3..... | 60 |
| TABEL 4.4..... | 62 |
| TABEL 4.5..... | 64 |
| TABEL 4.6..... | 65 |
| TABEL 4.7..... | 67 |
| TABEL 4.8..... | 68 |
| TABEL 4.9..... | 70 |
| TABEL 4.10..... | 72 |
| TABEL 4.11..... | 74 |
| TABEL4.12..... | 75 |
| TABEL 4.13..... | 77 |
| TABEL 4.14..... | 78 |
| TABEL 4.15..... | 79 |
| TABEL 4.16..... | 81 |
| TABEL 5.1..... | 86 |

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang masalah

Dunia bisnis zaman sekarang ini persaingan antar perusahaan semakin ketat, perusahaan berlomba lomba agar perusahaannya menjadi yang terbaik di dalam industrinya masing-masing. dalam situasi seperti ini para pemegang posisi dalam top management, middle maupun low harus memutar otak untuk menciptakan kreativitas sebaik mungkin, dengan tujuan agar perusahaannya dapat meningkatkan penjualan pada produk yang ditawarkan perusahaan maupun untuk meningkatkan perkembangan perusahaan dan salah satu yang terpenting adalah menjaga pelanggan perusahaan itu agar loyal terhadap perusahaannya. karena jika tidak ada pelanggan, maka darimana cara perusahaan itu akan mendapatkan profit oleh karena itu menjaga pelanggan merupakan hal yang sangat vital bagi perusahaan

Pada era ini tidak bisa dipungkiri lagi bahwa pelanggan merupakan aspek penting dalam keberlangsungan perusahaan apalagi jika perusahaan tersebut berhasil memiliki pelanggan yang loyal didalam perusahaan contohnya adalah di dalam industri pesawat terbang di era ini masyarakat Indonesia sudah banyak yang menggunakan pesawat terbang untuk berpergian berkunjung dari satu tempat ke tempat lainya baik antar kota dengan kota lainya bahkan terbang dari satu negara

ke negara lainya, pesawat pada masa kini bukan lagi menjadi sesuatu yang dianggap sebagai sebuah fasilitas mewah, karena pada masa kini mulai banyak perusahaan perusahaan yang menyediakan layanan pesawat dengan harga tiket terjangkau.

Maskapai penerbangan tarif rendah sering diistilahkan *low cost carrier* pada umumnya maskapai penerbangan rendah menghapus beberapa fasilitas seperti ditidaktiadakanya makanan ringan untung penumpang. Di Indonesia sendiri sudah banyak maskapai maskapai penerbangan, termasuk maskapai dengan tariff rendah yang sering diistilahkan *low cost carrier* oleh karena itu setiap perusahaan yang ada dalam industri pesawat terbang harus pintar dalam merancang strategi untuk dapat menarik hati masyarakatan dan harus memiliki inisiatif tinggi dalam berinovasi untuk merebut hati masyarakat agar puas menggunakan maskapai dan dampaknya akan loyal terhadap perusahaan mereka karena jika perusahaan tidak dapat memberikan kepuasan terhadap pelangganya maka akan sulit bagi maskapai penerbangan tersebut memiliki pelanggan yang berkomitmen untuk membeli secara terus menerus tiket maskapai tersebut jika perusahaan tidak memiliki pelanggan yang loyal dan banyak pendapat konsumen yang tidak merasa puas dan banyak yang kecewa dengan maskapai tersebut maka perusahaan harus segera berbenah salah satu caranya dengan membenahi kualitas pelayanan, jika perusahaan tidak segera berbenah maka perusahaan tersebut bisa mengalami penurunan penjualan dan akibat terfatal adalah maskapai tersebut bisa mengalami kepailitian, maskapai penerbangan diindonesia bisa dikatakan cukup banyak dan diantara

sudah ada yang mengalami kepailitan, daftar maskapai penerbangan yang beroperasi di Indonesia

Tabel 1.1

Daftar maskapai penerbangan yang beroperasi di Indonesia

| Nama Maskapai | Status |
|----------------------------|------------------|
| Aviastar | Beroperasi |
| Batavia Air | Tidak Beroperasi |
| Batik Air | Beroperasi |
| Citilink | Beroperasi |
| Garuda Indonesia | Beroperasi |
| Indonesia AirAsia | Beroperasi |
| Kalstar Aviation | Beroperasi |
| Lion Air | Beroperasi |
| Mandala Tigerair | Tidak Beroperasi |
| Merpati Nusantara Airlines | Tidak Beroperasi |
| Nam Air | Beroperasi |
| Sky Aviation | Tidak beroperasi |
| Sriwijaya Air | Beroperasi |
| Susi Air | Beroperasi |
| TransNusa Air | Beroperasi |
| Wings Air | Beroperasi |
| Xpress Air | Beroperasi |

Sumber: Wikipedia 2018

Salah satu perusahaan maskapai penerbangan yang ada di Indonesia adalah PT Citilink Indonesia yang berdiri pada 2001, citilink sendiri merupakan sebuah upaya untuk berekspansi oleh PT Garuda Indonesia (Persero) TBK agar bisa bersaing lebih agresif dalam penerbangan di segmen budget traveler , saham citilink Indonesia saat perusahaan ini didirikan kepemilikan sahamnya adalah 67% milik Garuda Indonesia dan 33 % milik PT Aerowisata namun saat ini kepemilikan saham citilink 94,3% milik Garuda Indonesia dan 5,7% milik PT Aerowisata, citilink sendiri terhitung sampai akhir 2017 telah mengoperasikan 50 pesawat airbus A320 yang berkapasitas 180 penumpang, hingga pertengahan tahun 2018 citilink sendiri melayani konektivitas penerbangan ke 35 kota, 70 rute, dan lebih dari 274 frekuensi penerbangan setiap harinya, dalam satu tahun terakhir citilink Indonesia telah membuka 7 penerbangan ke destinasi baru yaitu Jayapura, Gorontalo, Kendari, Ambon, Banyuwangi, Silangit, Kertajati Serta 2 rute regional yaitu ke Penang dan Dili. ditambah citilink Indonesia berencana untuk menambah destinasi internasional dengan dua tujuan internasional yaitu Singapura dan Kuala Lumpur.

Citilink Indonesia selalu berusaha dalam menempatkan kepuasan pelanggan di atas segalanya dengan cara memberikan kualitas pelayanan sebaik mungkin kepada para pelanggannya, sebagai bukti keberhasilan dalam berkomitmen untuk memberikan kualitas pelayanan sebaik mungkin citilink Indonesia telah berhasil memperoleh berbagai penghargaan diantaranya adalah citilink berhasil meraih *low*

cost carrier terbaik di asia pada tahun 2018 berdasarkan penilaian traveler choice 2018 dari tripadvisor.com lalu citilink Indonesia juga berhasil mendapatkan penghargaan lainya yaitu meraih sertifikasi bintang empat dari lembaga pemeringkat dan sertifikasi yang diakui dunia yaitu skytrax pada tahun 2018, sertifikasi dari lembaga pemeringkat yang berbasis di London ini diraih dengan proses audit yang begitu panjang sejak tahun 2014, dengan sertifikasi ini menjadika citilink sebagai low cost carrier pertama di asia dan ketiga didunia yang memperoleh penghargaan ini lalu penghargaan lainya yang diperoleh oleh maskapai citilink ini juga salah satunya dari pemerintah Indonesia yaitu kementerian perhubungan berupa transportation safety management award pada tahun 2017 hal ini menunjukkan bahwa walaupun citilink dianggap sebagai maskapai yang dibbilang cukup murah tetapi tetap menerapkan bahwa aspek keselamatan merupakan hal yang terpenting dalam penerbangan.

Maskapai citilink bisa dibbilang cukup banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia,karena citilink terkenal dengan salah satu maskapai bertarif rendah atau yang biasa dikenal dengan sebutan *low cost carrier* citilink sendiri memiliki harga yang jauh lebih rendah dari perusahaan induknya yaitu Garuda Indonesia. Citilink juga memberikan kualitas pelayanan yang baik yang tentunya sesuai dengan harganya, citilink sendiri juga memberikan kualitas pelayanan yang baik yaitu dengan cara tingkat ketepatan waktu yang baik, citilink merupakan salah satu maskapai yang ontime dalam jadwal penerbanganya hal ini terbukti dari penelitian

yang dilakukan oleh OAG flight view pada tahun 2018 bulan mei yang menempatkan citilink urutan kedua dengan ketepatan waktu 90,9

Gambar 1.1

Review OAG Flightview



Sumber :Jawapos.com

Berdasarkan gambar peringkat tersebut dapat dikatakan bahwa citilink berhasil dalam upaya menjaga kualitas pelayanan salah satunya lewat memberikan pelayanan ontime yang diberikan oleh citilink, jadwal yang ontime merupakan unsur vital dalam bisnis maskapai penerbangan karena jika maskapai tersebut sering delay dan sudah mendapat julukan maskapai yang sering delay maka dampaknya bisa fatal bagi

perusahaan tersebut. salah satunya maskapai bisa menurunkan jumlah pelanggan yang loyal terhadap maskapai tersebut, karena pelanggan ada kemungkinan buat mencari

maskapai yang memiliki kualitas “Ketetapan Waktu” lebih baik..

Maskapai citilink selalu berusaha meningkatkan dan mempertahankan kualitas pelayanannya bukan hanya dari pelayanan ketetapan waktu penerbangan maskapai tetapi dalam hal lainnya juga seperti sangat memperhatikan kenyamanan kabin misalkan selalu memperhatikan kebersihan kabin pesawat lalu keramahan para *cabin crew* dan masih banyak kualitas pelayanan yang diberikan oleh maskapai citilink hal ini dapat dilihat dari rating summary dari tripadvisor

GAMBAR 1.2

Rating Summary Tripadvisor



Sumber: Tripadvisor 2018

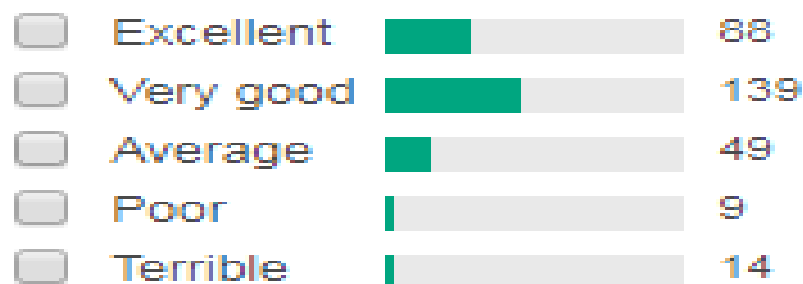
Dari gambar diatas menunjukkan bahwa rata-rata penumpang memberikan nilai diatas 3 hal ini menunjukkan bahwa para pelanggan citilink merasa cukup puas dengan pelayanan yang diberikan oleh citilink contohnya adalah kapasitas ruang

yang ditawarkan cukup luas lalu pelayanan yang diberikan oleh para awak kabin juga memberikan servis yang memuaskan lalu banyak dari para pelanggan yang memberikan penilaian bagus terhadap kebersihan dari kabin citilini sendiri, setelah itu banyak para pelanggan yang menilai bahwa harga yang ditawarkan citilink cukup memuaskan artinya disini kualitas yang ditawarkan sesuai dengan harga yang ditawarkan oleh citilink. Lalu data dari tripadvisor juga pada gambar berikut:

GAMBAR 1.3

Traveler Rating Tripadvisor

Traveler rating



Sumber: Tripadvisor 2018

Berdasarkan Rating dari 299 traveler yang mengisi rating di tripadvisor yang tentunya menggunakan maskapai citilink menunjukkan bahwa citilink sudah cukup memberikan kepuasan untuk para pelanggannya ini dibuktikan dengan banyaknya para traveler yang mengisi kategori very good akan tetapi citilink perlu untuk terus

meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan karena traveler yang mengisi di bagian kolom teribble dan average cukup banyak artinya masih ada pelanggan yang menganggap kualitas pelayanan yang diberikan citilink masih sangat buruk, dan perlu pembenahan

Selain dari dua hal diatas ada hal lain yang dapat digunakan untuk dapat melihat tanggapan dari para pengguna maskapai penerbangan citilink yaitu dengan cara melihat tanggapan respon positif dan negatif dari paran pengguna maskapai citilink berikut ini adalah cara untuk melihat respon positif dan negatif berdasarkan ulasan di tripadvisor

Tabel 1.2

Tanggapan respon positif dan negatif pelanggan citilink

| TANGGAPAN RESPON POSITIF | TANGGAPAN RESPON NEGATIF |
|--------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|
| Tiket maskapai yang ekonomis dan pelayanan yang sangat memuaskan | Maskapai beberapa kali mengalami masalah keterlambatan waktu |
| Dibanding dengan low cost carrier yang lain citilink lebih unggul dalam kualitas pelayanan | Pelayanan staff citilink kurang informatif saat maskapai delay |
| Pelayanan para awak kabin yang ramah dan sangat informative | Tidak adanya makanan ringan dalam fasilitas maskapai citilink |
| Penampilan awak kabin rapi dan menarik | Untuk memilih kursi saat web check in diperlukan biaya tambahan |

| | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|
| Legroom yang cukup luas dan ruang kabin yang nyaman | Suasana kabin saat sebelum take off terkadang panas |
| Puas dengan citilink dan akan terbang dengan maskapai ini lagi untuk penerbangan selanjutnya | Landing pesawat yang kurang mulus |

Sumber: Tripadvisor 2018

Dari tabel 1.2 diatas yang membahas tentang tanggapan positif dan negatif dapat dilihat bagaimana para penumpang citilink memberikan ulasan setelah

menggunakan maskapai citilink dilihat dari beberapa respon positif yang diberikan diantaranya adalah para pengguna maskapai citilink puas dengan harga yang diberikan, hal ini dikarenakan kualitas pelayanan yang diberikan oleh citilink lebih baik dari *low cost carrier* lainnya seperti para pramugari yang dilatih untuk bersikap ramah dan informative, lalu tanggapan positif lainnya yang diberikan oleh pengguna maskapai citilink adalah legroom yang ditawarkan oleh maskapai cukup luas dan kabin yang dirasa cukup nyaman dibanding *low cost carrier* yang lain banyak juga para pengguna yang merasa puas ketika menggunakan maskapai ini dan berencana untuk membeli tiket pesawat ini untuk rencana perjalanan selanjutnya. Selain tanggapan positif ada beberapa pelanggan yang juga memberikan tanggapan negatif untuk maskapai ini beberapa diantaranya adalah maskapai citilink beberapa kali mengalami keterlambatan waktu setelah itu staff citilink kurang memberikan informasi yang jelas kepada para penumpang ketika terjadi keterlambatan waktu lalu ada pengguna yang juga menyayangkan suasana kabin saat sebelum pesawat take off terasa panas dan

landing pesawat beberapa kali juga terasa kurang mulus. dari tanggapan positif dan negatif di atas masih perlu bagi citilink untuk meningkatkan kepuasan pelanggan melalui kualitas pelayanan agar para pengguna citilink bukan hanya sekedar membeli tiket pesawat citilink tetapi menjadi pelanggan yang loyal bagi citilink

Berdasarkan data Market Share Citilink pada tahun 2014-2017 maskapai citilink market share citilink pada tahun 2014-2016 selalu mengalami kenaikan akan tetapi pada tahun 2017 maskapai citilink mengalami penurunan pangsa pasar atau biasa

yang disebut market share. Berikut merupakan market share citilink pada tahun 2014-2017

Tabel 1.3

Tabel Market Share Citilink

| Tahun | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|------------|-------|-------|-------|-------|
| Persentase | 12,8% | 13,6% | 13,8% | 13,7% |

Sumber: Citilink

Market share merupakan Kemampuan merek dalam menguasai penjualan sebuah kategori produk melalui merek yang paling terakhir digunakan atau dikonsumsi responden, Chaudhuri dan Holbrook (2001) mengemukakan bahwa hasil kinerja merek (brand performance) seperti pangsa pasar dapat dipengaruhi oleh loyalitas merek. Loyalitas merek dapat mengarah kepada pangsa pasar yang lebih besar ketika seorang pelanggan melakukan pembelian berulang kepada merek yang sama.

Untuk meningkatkan loyalitas pelanggan, citilink mempunyai program

loyalitas untuk para pelanggan loyalnya yaitu supergreen garuda miles yang mempunyai beberapa manfaat diantaranya yaitu yaitu bonus mileage dan pemilihan seat pesawat

Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan oleh citilink agar dapat meningkatkan loyalitas pelanggann terhadap perusahaan yaitu dengan cara menjaga dan meningkatkan kepuasan pelanggan dari para customer citilink yaitu dengan

meningkatkan kepuasan pelanggan dengan cara memberikan harga yang tepat dan tentunya juga dengan cara memberikan kualitas pelayanan yang baik terhadap para pelanggan citilink

Pengertian loyalitas pelanggan menurut Tjiptono (2000) berdasarkan jurnal Mardikawati & Farida (2013) Loyalitas pelanggan merupakan sebuah komitmen dari pelanggan untuk memilih sebuah merek , toko maupunn pemasok berdasarkan sifat yang sangat positif dalam pembelian jangka panjang. Artinya bahwa kesetiaan semua merek merupakan kombinasi dari sebuah kepuasan dan keluhan.

kepuasan pelanggan tersebut sedangkan kepuasan pelanggan hadir dengan cara bagaimana perusahaan tersebut meningkatkan kinerja untuk meningkatkan kepuasan pelanggan tersebut dengan meminimalkan keluhan pelanggan tersebut sehingga diperoleh pembelian jangka panjang oleh pelanggan tersebut. Menurut Kotler (2001) berdasarkan jurnal Mardikawati & Farida (2013) menandakan bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Bila kinerja melebihi harapan mereka akan merasa puas dan sebaliknya bila kinerja tidak sesuai harapan

maka akan kecewa. Untuk mengetahui apakah pelanggan sebuah perusahaan sudah puas dengan produk yang digunakan ada faktor faktor pendukungnya yaitu

Dari penjelasan yang sudah disebutkan diatas maka perusahaan sangat perlu untuk membuat para pelanggan yang menggunakan produknya untuk merasa puas dalam menggunakan produknya. Salah satu faktor pendukung kepuasan pelanggan

adalah harga, karena sebelum konsumen memutuskan untuk melakukan sebuah pembelian konsumen tersebut akan membandingkan harga dari satu produk dengan produk lainnya, lalu dicari harga yang terbaik. Harga sendiri juga merupakan sebuah penentu keberhasilan bagi sebuah perusahaan karena dengan menetapkan harga perusahaan dapat menentukan seberapa besar keuntungan dari perusahaan tersebut, dari menjual produknya baik barang maupun jasa, semakin rendah harga yang ditawarkan perusahaan tersebut terhadap konsumen maka semakin besar juga perusahaan tersebut untuk menarik minat konsumen untuk memilih perusahaan tersebut, maskapai penerbangan citilink juga merupakan salah satu maskapai di Indonesia yang menawarkan harga yang terjangkau sehingga citilink masuk kategori *LLC (Leading low cost)* (www.citilink.co.id). Dengan harga yang cukup terjangkau, Citilink sudah terbang dengan destinasi lebih dari 31 kota, 62 rute perjalanan dan mengoperasikan hingga 244 frekuensi penerbangan setiap harinya, Penjelasan harga sendiri menurut Philip Kotler (2008) Harga (price) adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa

Faktor lainnya adalah kualitas pelayanan, kualitas pelayanan merupakan totalitas dari bentuk karakteristik barang dan jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan, baik yang nampak jelas maupun yang tersembunyi. Jika harga yang ditawarkan perusahaan dan kualitas pelayanan yang ditawarkan perusahaan sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen maka besar kemungkinan konsumen akan merasa puas dengan produk yang ditawarkan oleh

perusahaan. Jika pembelian yang dilakukan mampu memenuhi kebutuhan dan keinginannya atau mampu memberikan kepuasan terjadi pembelian ulang pada masa depan Mardikawati & Farida (2013) jika konsumen melakukan pembelian secara terus menerus dan tidak berpindah ke produk lain berarti konsumen itu loyal terhadap perusahaan itu karena komitmen untuk membeli produk tersebut secara berulang,

Dari penjelasan yang sudah disebutkan di atas dapat disimpulkan pentingnya perusahaan perusahaan untuk menciptakan pelanggan yang loyal untuk meningkatkan laba perusahaan dengan cara meningkatkan kepuasan pelanggan melalui menetapkan harga yang tepat maupun dengan meningkatkan kualitas pelayanan

Berdasarkan serangkaian uraian masalah dan data-data diatas penulis tertarik untuk meneliti sejauh mana harga dan kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan bagi para penumpang citilink dan dampaknya terhadap loyalitas pelanggan citilink maka berdasarkan keterangan diatas penulis mengambil judul **“ANALISIS PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN YANG BERPENGARUH TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN BERTUJUAN UNTUK MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN CITILNK DI KOTA SEMARANG**

1.2 Rumusan Masalah

Dalam meningkatkan loyalitas pelanggan maskapai citilink perusahaan harus memikirkan bagaimana strategi yang tepat untuk menarik para pengguna maskapai penerbangan, pihak management citilink harus memikirkan bagaimana strategi terbaik

untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dengan cara terus menerus untuk memperbaiki kualitas pelayanan yang disesuaikan dengan harga untuk meningkatkan kepuasan pelanggan yang nantinya berdampak pada loyalitas pelanggan maskapai citilink, karena jika citilink memiliki pelanggan yang loyal maka akan banyak dampak positif yang diperoleh oleh citilink salah satunya secara tidak langsung menaikkan penjualan perusahaan

Dengan harga yang terjangkau dan kualitas pelayanan yang dijual citilink diharapkan mampu untuk memberikan kepuasan pelanggan sehingga para pelanggan yang merasa puas diharapkan untuk membeli ulang dan menjadi pelanggan loyal maskapai citilink, sejauh ini citilink sudah memiliki reputasi yang cukup baik hal ini terbukti dari banyaknya tanggapan respon positif di tripadvisor akan tetapi masih ada beberapa tanggapan respon negatif yang memperlumahkan kualitas pelayanan citilink masih dirasa kurang dan menurut data dari top brand image brand citilink sendiri tiap tahunnya makin kuat ini terbukti dari presentase yang mengalami kenaikan cukup signifikan dimulai sejak tahun 2016 hingga 2018

Dari uraian uraian diatas maka permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana cara untuk meningkatkan loyalitas pelanggan citilink.

Maka dapat dirumuskan pertanyaan sebagai berikut :

- 1 Apakah Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan maskapai penerbangan citilink?

- 2 Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap pelanggan maskapai penerbangan citilink?
- 3 Apakah Kepuasan pelanggan memiliki dampak terhadap loyalitas pelanggan maskapai penerbangan citilink

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti adalah:

- 1 Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan maskapai penerbangan citilink
- 2 Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan maskapai penerbangan citilink
- 3 Untuk menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan maskapai penerbangan citilink

1.4 Manfaat penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Bagi perusahaan

Bagi perusahaan penelitian ini dapat digunakan untuk membuat kebijakan dan strategi untuk meningkatkan loyalitas pelanggan maskapai penerbangan citilink

2. Bagi akademisi

Bagi akademisi penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan untuk mengembangkan penelitian selanjutnya dan menyempurnakan kekurangan

kekurangan dari penelitian ini

3. Bagi penulis

Bagi penulis penelitian ini memiliki manfaat untuk mengembangkan ilmu manajemen pemasaran yang sudah diperoleh di dunia perkuliahan

1.5 Sistematika penelitian

Sistematika penelitian ini terdiri dari beberapa bab sebagai berikut

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah secara umum dan rumusan masalah serta tujuan penelitian dan manfaat penelitian serta sistematika penelitian

BAB II TELAAH PUSTAKA

Bab ini memaparkan tentang landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran teoritis serta hipotesis penelitian

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang variable-variable penelitian dan definisi dari operasional, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data dan metode analisis yang digunakan

BAB IV HASIL DAN ANALISIS PENELITIAN

Bab ini membahas hasil dan objek dari penelitian yang dilaksanakan serta analisis mengenai data serta pembahasan dari hasil penelitian

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari penelitian serta saran saran yang diberikan terhadap penelitian yang dilaksanakan