

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 lebih lama, membeli lebih banyak, kurang sensitif pada harga dan memberikan komentar baik tentang perusahaan. Untuk menciptakan kepuasan pelanggan, Lion Air mengelola rantai nilai mereka dan sistem pengantaran nilai dengan cara yang berpusat pada pelanggan (customer center way). Tujuan Lion Air tidak hanya mendapatkan pelanggan tetapi lebih penting lagi mempertahankan pelanggan (Kotler et al ;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. Sebaliknya apabila Lion Air menaikkan harapan atau harga terlalu tinggi, kemungkinan pembeli merasa tidak puas (Kotler and Armstrong ; 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 mengetahui aspek - aspek yang relevan dengan kepuasan pelanggan. Dalam industri penerbangan, layanan mencakup tiga kategori, yaitu layanan sebelum, selama, dan sesudah penerbangan. Oleh sebab itu dalam penelitian ini penulis akan mengkaji atribut - atribut dalam ketiga kategori layanan tersebut yang menurut pelanggan penting dan berpengaruh dalam pemilihan alternatif perusahaan domestik.

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas penulis akan meneliti mengenai apakah kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan penerbangan, dengan mengamati melalui lima dimensi kualitas jasa yaitu : bukti fisik (physical), kehandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (credence), dan empati (empathy). Unit analisis adalah pengguna jasa Lion Air yang dikelompokkan dalam heavy user, yaitu responden/penumpang yang terbang lebih dari 3 kali, dan light user yaitu penumpang yang terbang dengan Lion Air kurang dari 3 kali, dengan jumlah responden sebanyak 142 orang responden dari 200 orang responden yang direncanakan.

Adapun tujuan penelitian ini adalah :

- 1) Untuk mengetahui apakah pelayanan yang diberikan Lion Air dapat memenuhi keinginan dari pelanggan atau pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diterima.
- 2) Meneliti kepuasan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Lion Air kepada pelanggan heavy user dan light user.
- 3) Meneliti 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 menggunakan Lion Air, yang dilaksanakan dengan menyebarkan kuesioner kepada calon penumpang Lion Air di bandara, di kantor-kantor pemerintahan 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 mengetahui nilai statistik secara signifikan dalam pengumpulan data pada tabulasi silang (Malhotra 1999). Selain itu Uji Chi - Square digunakan untuk membahas apakah ada hubungan antara dua variabel atau tidak serta mengukur seberapa jauh hubungan tersebut (Santoso dan Ciptono : 220). Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar penumpang 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 pula konsumen atau penumpang yang tidak puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Lion Air disebabkan karena ada beberapa harga tiket pesawat yang tidak standard sehingga sebagian ada beberapa penumpang yang beralih ke perusahaan penerbangan lain yang harganya relatif lebih murah. Beralihnya pelanggan yang disertai rasa tidak puas terhadap pelayanan yang diberikan kepada Lion Air akan berdampak buruk pada pelanggan lainnya. Oleh karena itu Lion Air tidak perlu menghambat pelanggan yang akan pindah ke perusahaan penerbangan lain, namun Lion Air perlu menggali informasi untuk mengetahui alasan yang sebenarnya serta mengevaluasi kelebihan dan kekurangan pada perusahaan penerbangan tersebut.

<hr>

Competitive intensity have been increasing at domestic airline industry. 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 relevant aspects in relation with the customer satisfaction (Kotler and Armstrong ; 1996).

Customer satisfaction has resulting that customer was felt or buyer from company's performance that its expectation was fulfilled. Customer will be satisfied 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 good comment about company, to creating customer satisfaction- The airline must 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 al ; 2002), If the airline have defined the price too low. Its possible to satisfied customer that bought or reserve the ticket, but failed took customer for the greater part. In the airline industry, services have to snatch at three category, such as ;pre flight, in flight, and post flight. That's way in this research I will examine attributes of three service category. That accompanied with customer opinion have been important and influenced at alternative choice of domestic airlines- Based on the background problem above mentioned, I will examine about what customer satisfaction against services that that gave by airline, with have notice to under go five dimension of service quality, such as : tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy. The analysis unit is that grouping the users Lion Air into heavy user, that the passenger/respondent who are used fully more than three times, 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 hom 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 ditlerent expression in satisfaction or each nnsatisfaction

The research have limited by the customer or respondent used the Lion Air, to accomplish by spreading the quetionaire to applicant passengers of Lion Air in airports, government offices or department, state company, and for wifehouses at resident complex. Gathering data to with research requirements such as quetionaire to refer a research by Parasuraman and Berry (1997). To measure research variable with quetionaire to do with 10<ert 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 coat airlines. To change customer with unsatisfaction 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.