

Multi-market contact: analisis dampak persaingan maskapai penerbangan Indonesia terhadap on-time performance = Multi market contact impact analysis of Indonesia's airlines competition through on time performance

Ahmad Zuhdi Dwi Kusuma, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20431267&lokasi=lokal>

Abstrak

Skripsi ini membahas tentang dampak persaingan antar maskapai penerbangan Indonesia terhadap On-time performance melalui indikator kompetisi Multi-Market Contact. Penelitian yang dilakukan memiliki lingkup jenis penerbangan Non-Stop Flight pada Bandara Soekarno-Hatta di tujuh rute terpilih pada periode tahun 2013-2015. Di dalam analisisnya penelitian ini menggunakan metode regresi Random Effect Model untuk mengolah data panel Carrier-Route-Month yang dibentuk dari data mikro yang diperoleh dari PT. Angkasa Pura II (Cabang Utama). Di samping itu, penelitian ini juga memiliki tujuan untuk membandingkan hasil yang ditunjukkan oleh indikator kompetisi umum yakni Market Share (MS), Concentration Ratio (CR) dan Herfindahl Hirschman Index (HHI) dengan Multi-Market Contact (MMC). Hasil penelitian menunjukkan bahwa ditengah kontrol terhadap jumlah permintaan, kepadatan penerbangan, dan cuaca, Multi-Market Contact memiliki korelasi negatif yang signifikan secara statistik terhadap On-time performance serta memberikan penggambaran yang berbeda dari ketiga indikator kompetisi lain.

<hr>

This thesis aimed to describes the effects of competition between Indonesia?s Airlines on its on-time performance by comparing the result of the common indicator; Market Share, Concentration Ratio and Herfindahl-Hirschman Index, to main competition indicator, Multi-Market Contact. The scope of this research comprised of non-stop flight on seven routes which depart from Soekarno-Hatta Airport throughout 2013-2015. For analysis, the research utilized Random Effect Model to process Carrier-Route-Month panel data which were obtained from PT. Angkasa Pura II's (Main Branch) micro data. Results from the study indicated that by controlling demand, congestion, and weather, Multi-Market Contact showed a different result with three others competition indicator while has a significantly positive correlation to On-time performance.