



BAB I

PENDAHULUAN

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A. Latar Belakang Masalah

Pada jaman yang serba cepat, mobilitas yang tinggi sudah menjadi suatu tren atau gaya hidup bagi masyarakat pada umumnya. Masyarakat membutuhkan transportasi yang cepat, mudah, dan murah untuk mempercepat mereka sampai di tempat tujuan. Sebelumnya, masyarakat menggunakan transportasi darat dan laut untuk bisa sampai di tempat tujuan mereka. Namun hal ini menguras waktu untuk sampai ke tempat tujuan mereka. Untuk dapat menghemat waktu, transportasi udara menjadi pilihan yang tepat. Akan tetapi harga yang harus dibayarkan tidaklah murah.

Pada era globalisasi saat ini, transportasi udara tidak hanya dibutuhkan oleh masyarakat yang ingin melakukan wisata, akan tetapi sudah menjadi kebutuhan pokok bagi para eksekutif yang akan melakukan bisnis di tempat yang berbeda namun mereka memiliki waktu yang terbatas. Tingginya kebutuhan akan transportasi udara khususnya pesawat terbang menjadi peluang yang sangat menarik bagi perusahaan maskapai penerbangan. Dengan pesatnya perkembangan teknologi, kebutuhan masyarakat akan transportasi yang cepat, mudah, dengan biaya yang murah dapat diwujudkan. Kondisi ini dimanfaatkan oleh perusahaan maskapai penerbangan di Indonesia untuk berlomba-lomba menarik sebanyak-banyaknya minat konsumen. Dengan permintaan yang bertumbuh setiap tahunnya, banyak industri penerbangan yang berusaha meraih pasar dengan menyediakan transportasi udara yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Saat ini persaingan yang terjadi dibidang industri penerbangan semakin ketat. Maskapai penerbangan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



tersebut berusaha untuk mendapatkan konsumen dengan menyediakan jalur penerbangan yang dibutuhkan oleh para konsumen dengan harga yang terjangkau.

Agar maskapai penerbangan dapat bersaing maka perlu untuk menentukan strategi pemasaran yang tepat dan sesuai dengan kondisi saat ini.

Di Indonesia terdapat berbagai maskapai penerbangan yang bersaing untuk menarik minat konsumen, salah satu segmen yang paling diminati adalah segmen *low cost carrier*, seperti Air Asia, Lion Air, Citylink, Sriwijaya Air. Segmen yang dituju tersebut adalah segmen dimana maskapai penerbangan memberikan penerbangan dengan harga yang murah. Karakteristik umum dalam konsep maskapai berbiaya rendah adalah mengoperasikan satu jenis pesawat dengan satu kelas penerbangan, penumpang bebas memilih kursi (*free seat*), beroperasi di bandara kedua yang sepi lalu lintas udaranya, baik pagi maupun sore hari, tingkat penggunaan pesawat tinggi, melayani rute *point-to-point*, mengutamakan penjualan tiket secara langsung melalui internet, pegawai multifungsi, tidak ada layanan makanan dan minuman dalam penerbangan (*no frill*), kecuali yang berbayar, sangat membatasi layanan penumpang khusus (contohnya dengan menaruh batas usia yang tinggi pada *unaccompanied minors* pada maskapai layanan penuh), dan dengan menerapkan lindung nilai (*hedging*) bahan bakar secara agresif. Dengan menerapkan biaya operasional yang rendah dan model bisnis yang lebih sederhana, *low cost carrier* mampu menawarkan harga tiket yang jauh lebih murah dibandingkan maskapai penerbangan konvensional atau *full service airlines* (Avipedia, 2011).

Air Asia merupakan salah satu maskapai penerbangan yang sedang berkembang di Indonesia yang menyediakan penerbangan dengan harga yang murah. Air Asia adalah salah satu maskapai penerbangan yang banyak digunakan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



oleh masyarakat Indonesia. Air Asia merupakan maskapai penerbangan milik Malaysia yang memiliki beberapa anak perusahaan di beberapa negara di Asean dan juga India yang tergabung di dalam Air Asia Group, yaitu Air Asia Berhad, Air Asia Indonesia, Thai Air Asia, Philippines Air Asia, Air Asia Zest, Air Asia India. Air Asia Group didirikan dan mulai beroperasi pada 11 September 2001, sedangkan Air Asia Indonesia berdiri pada tahun 2004 melalui kerja sama antara AirAsia International Ltd dengan PT. Awair International. Pada awalnya Air Asia Indonesia lebih dikenal sebagai Awair. Pada tanggal 9 September 2005, maskapai tersebut resmi berganti nama menjadi PT. Indonesia Air Asia dan beroperasi dari 5 cabang, yaitu Jakarta, Bali, Medan, Surabaya dan Bandung (Sumber : Airasia.com).

Air Asia menjelma menjadi sebuah fenomena di pasar domestik dengan menawarkan penerbangan dengan biaya yang murah. Air Asia menawarkan berbagai rute penerbangan domestik dan internasional. Air Asia kerap kali melakukan berbagai promosi menarik pada musim-musim liburan ataupun penerbangan jangka panjang, yaitu penerbangan tahun yang akan datang tetapi dilakukan pemesanan tiket pada tahun sebelumnya. Promo yang ditawarkan pun tidak tanggung-tanggung, Air Asia memberikan promo *free seat* atau kursi gratis bagi konsumen yang memesan tiket tercepat pada suatu rangkaian promo tertentu dan juga memberikan penerbangan setengah harga dari harga normal penerbangan tersebut. Dalam promo yang lain juga Air Asia memberikan paket liburan ke berbagai destinasi dari dalam maupun luar negeri dengan fasilitas Air Asia Go dengan paket pemesanan hotel yang merupakan partner dari maskapai penerbangan Air Asia beserta dengan tiket ke rute tersebut dengan harga spesial.

Air asia mampu menarik perhatian pasar konsumen domestik yang akan melakukan perjalanan dengan pesawat terbang. Hal itu terbukti dengan tingginya

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

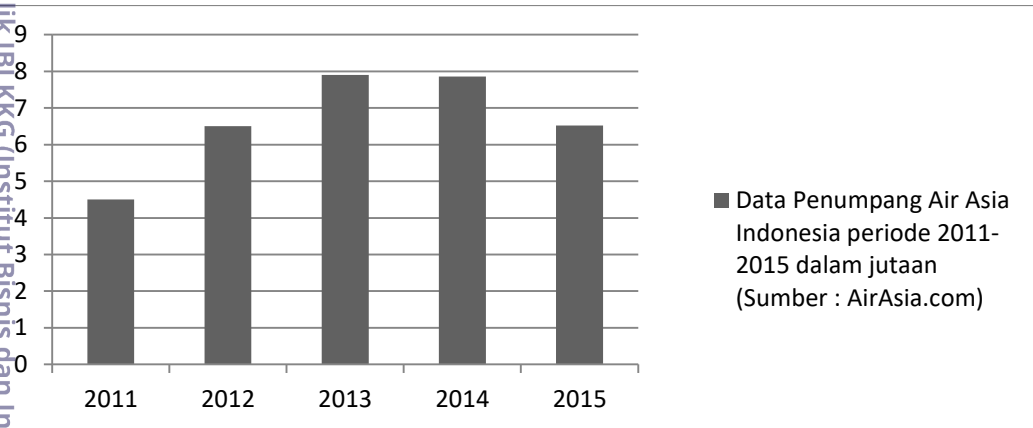


animo masyarakat untuk menggunakan Air Asia sebagai pilihan mereka. Berikut ini adalah data pertumbuhan penumpang Air Asia pada periode lima tahun terakhir.

Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Gambar 1.1
Data Penumpang Pesawat Air Asia Indonesia Periode 2011-2015



Pada tahun 2011, Air Asia Indonesia dapat mengangkut sebesar 4,5 juta penumpang dengan rute domestik maupun internasional. Di tahun berikutnya, Air Asia mampu mengangkut penumpang sebanyak 6,5 juta penumpang mengalami kenaikan sebesar 44,4% dari tahun sebelumnya. Di tahun 2013, Air Asia mampu mengangkut penumpang sebanyak 7,9 juta orang, naik 17,72% dari tahun 2012. Sedangkan pada tahun 2014, Air Asia tidak mengalami kenaikan, bahkan mengalami penurunan namun tidak secara signifikan, Air Asia mampu mengangkut sebanyak 7,85 juta penumpang. Di tahun 2015, Air Asia semakin mengalami penurunan dan hanya mengangkut sebanyak 6,52 juta penumpang atau turun sebanyak 16,94% dari tahun sebelumnya.

Melihat dari tren penumpang yang ditunjukkan pada grafik tersebut, penurunan penumpang pada tahun 2015 disebabkan oleh karena adanya kecelakaan yang dialami pesawat Air Asia dengan nomor penerbangan QZ 8501 jurusan Surabaya-Singapura pada tahun sebelumnya. Hal ini juga dipengaruhi oleh tidak

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



adanya aktifitas promosi dan pemasaran yang gencar akibat adanya insiden tersebut untuk menghargai tragedi kecelakaan tersebut (Sumber : indo-aviation.com).
Terkait dengan tragedi tersebut tidak serta merta membuat masyarakat enggan menggunakan maskapai penerbangan Air Asia sebagai pilihan mereka untuk berpergian.

Di sisi lain, pelayanan dari sebuah maskapai menjadi sebuah pertimbangan yang penting yang akan memengaruhi keputusan konsumen untuk menggunakan maskapai tersebut. Kualitas layanan menjadi sebuah indikator penting untuk dapat mempengaruhi konsumen dalam memilih maskapai penerbangan yang akan mereka gunakan. Konsumen mengharapkan apa yang mereka persepsikan terhadap suatu kualitas pelayanan dapat mereka terima sesuai dengan harapan mereka. Meskipun insiden kecelakaan menimpa Air Asia tetapi hal itu bukan merupakan hal utama pertimbangan konsumen untuk memilih Air Asia sebagai maskapai penerbangan yang akan mereka gunakan. Isu mengenai kualitas layanan juga akan mempengaruhi konsumen untuk menggunakan jasa maskapai penerbangan Air Asia.

Selain itu, tingkat kepuasan dari konsumen juga dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk memilih sebuah produk atau pun jasa. Kinerja yang diberikan oleh sebuah produk yang dikonsumsi apabila memberikan dampak kepuasan kepada konsumen akan mempengaruhi minat beli konsumen. Oleh karena itu kepuasan yang dirasakan konsumen memiliki dampak terhadap minat beli konsumen terhadap barang atau jasa (Handayani dan Irianto:2011). Hal ini juga yang akan berdampak pada minat beli konsumen maskapai penerbangan Air Asia melalui kualitas pelayanan dan tingkat kepuasan konsumen maskapai penerbangan Air Asia.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Atas dasar latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk membahas beberapa masalah yang timbul di dalamnya, yaitu seberapa besar pengaruh dari kualitas layanan yang diberikan oleh maskapai penerbangan Air Asia terhadap minat beli konsumen untuk menggunakan jasa maskapai penerbangan Air Asia yang dimediasi oleh kepuasan konsumen.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas maka penulis mengidentifikasi beberapa masalah, yaitu sebagai berikut :

1. Bagaimana kualitas layanan maskapai penerbangan Air Asia menurut konsumennya ?
2. Apakah konsumen merasa puas setelah menggunakan jasa maskapai penerbangan Air Asia ?
3. Seberapa besar minat konsumen untuk menggunakan jasa maskapai penerbangan Air Asia ?
4. Apakah harga mempengaruhi minat beli konsumen untuk menggunakan jasa maskapai penerbangan Air Asia ?
5. Bagaimana pengaruh kualitas layanan maskapai penerbangan Air Asia terhadap kepuasan konsumennya ?
6. Bagaimana pengaruh kualitas layanan maskapai penerbangan Air Asia terhadap minat beli konsumen untuk menggunakan jasa maskapai penerbangan Air Asia?
7. Bagaimana pengaruh kepuasan konsumen terhadap minat beli konsumen untuk menggunakan jasa maskapai penerbangan Air Asia ?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



8. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap minat beli konsumen untuk menggunakan jasa maskapai penerbangan Air Asia yang dimediasi oleh kepuasan konsumen ?
9. Bagaimana keputusan pembelian konsumen terhadap penggunaan jasa maskapai penerbangan Air Asia ?
10. Faktor apa yang mempengaruhi konsumen menggunakan jasa maskapai penerbangan Air Asia ?

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah, maka peneliti membatasi penelitian ini hanya pada :

1. Bagaimana kualitas layanan maskapai penerbangan Air Asia menurut konsumennya ?
2. Apakah konsumen merasa puas setelah menggunakan jasa maskapai penerbangan Air Asia ?
3. Seberapa besar minat konsumen untuk menggunakan jasa maskapai penerbangan Air Asia ?
4. Bagaimana pengaruh kualitas layanan maskapai penerbangan Air Asia terhadap kepuasan konsumennya ?
5. Bagaimana pengaruh kualitas layanan maskapai penerbangan Air Asia terhadap minat konsumen untuk menggunakan jasa maskapai penerbangan Air Asia?
6. Bagaimana pengaruh kepuasan konsumen terhadap minat beli konsumen untuk menggunakan jasa maskapai penerbangan Air Asia ?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



7. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap minat beli konsumen untuk menggunakan jasa maskapai penerbangan Air Asia yang dimediasi oleh kepuasan konsumen ?



Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

“Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap minat beli konsumen untuk menggunakan jasa maskapai penerbangan Air Asia yang dimediasi oleh kepuasan konsumen”

E. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk menemukan, mengembangkan dan menguji kebenaran suatu pengetahuan, dengan demikian penelitian ini merupakan kegiatan untuk memperoleh informasi tentang bagaimana kualitas layanan berpengaruh terhadap minat beli konsumen untuk menggunakan jasa maskapai penerbangan Air Asia yang dimediasi oleh kepuasan konsumen. Adapun tujuan penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mendapatkan gambaran mengenai seberapa besar kualitas layanan maskapai penerbangan Air Asia berpengaruh terhadap minat beli konsumen untuk menggunakan jasa maskapai penerbangan Air Asia
2. Untuk mendapatkan gambaran tentang pengaruh kepuasan konsumen terhadap keputusan minat beli konsumen untuk menggunakan jasa maskapai penerbangan Air Asia

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



F. Manfaat Penelitian



Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan akan menambah pengetahuan dan wawasan bagi penulis untuk mengetahui seberapa besar kualitas layanan mempengaruhi minat beli konsumen untuk menggunakan jasa maskapai penerbangan Air Asia yang dimediasi oleh kepuasan konsumen, serta mengaplikasikan ilmu yang didapat selama mengikuti perkuliahan.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan bagi manajemen untuk menentukan langkah-langkah yang tepat dalam upaya meningkatkan citra merek dan kualitas layanan dengan memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi konsumen dalam memilih maskapai penerbangan.

3. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini dapat memberikan informasi awal, referensi tambahan, dan bahan perbandingan untuk penelitian selanjutnya di bidang yang relevan dengan tulisan ini.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.