

# **PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA MASKAPAI PENERBANGAN TIGERAIR MANDALA**

Oleh:

**Nama : Yurike Venesia**

**NIM : 26100381**

Skripsi

Diajukan sebagai salah syarat  
untuk memperoleh gelar sarjana ekonomi

Program Studi Manajemen

Konsentrasi Pemasaran



**KWIK KIAN GIE**  
**SCHOOL OF BUSINESS**

d/h Institut Bisnis dan Informatika Indonesia (IBII)

**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**JAKARTA**

**April 2014**

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**



**KWIK KIAN GIE**  
SCHOOL OF BUSINESS



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

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.

## PENGESAHAN

# PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA MASKAPAI PENERBANGAN TIGERAIR MANDALA

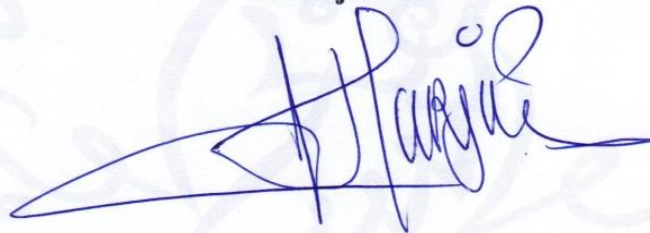
Diajukan Oleh

Nama : Yurike Venesia

NIM : 26100381

Jakarta, 23 April 2014

Disetujui oleh:



( Lily Harjati , Ir.,S.E.,M.M )

**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**JAKARTA 2014**

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

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.

## ABSTRAK

Yurike Venesia/ 26100381 / 2014 / Pengaruh Kualitas Layanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Maskapai Penerbangan TigerAir Mandala / Manajemen Pemasaran / Pembimbing : Ibu Lily Harjati, Ir., M.M..

Dengan bertambah pesatnya industri transportasi sekarang ini membuat persaingan antar perusahaan semakin ketat dalam merebut pelanggan serta mempertahankan pangsa pasar yang ada. Pelayanan dan penetapan harga yang baik merupakan suatu kesatuan dan bisa dilihat dari ekspektasi pelanggan. Ini menjadi salah satu alasan bagi perusahaan pelayanan untuk terus menciptakan kepuasan pelanggan terutama dengan pelayanan dan harga yang terbaik.

Kualitas layanan dan persepsi harga merupakan suatu kesan keseluruhan atas performa dan kinerja yang diberikan oleh perusahaan. Beberapa penelitian terdahulu telah membuktikan kepastian akan pengaruh kualitas layanan dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan. Pertanyaannya adalah seberapa besar kedua variabel ini berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sebuah perusahaan transportasi udara yang kerap digunakan oleh masyarakat jaman sekarang untuk berpergian?

Penelitian ini bertujuan untuk mempelajari secara empirik pengaruh pengaruh dari variabel kualitas layanan dan persepsi harga. Objek yang diteliti adalah perusahaan transportasi udara yang sedang eksis di kalangan masyarakat, TigerAir Mandala. Teknik pengumpulan data primer yang digunakan adalah analisis dari kuesioner yang disebarkan kepada 30 orang sebagai *pre-test*, lalu menyebarkan lagi kepada 100 pelanggan yang sudah pernah menggunakan pelayanan TigerAir Mandala. Alat ukur yang dipakai dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reabilitas, analisis deskriptif, uji asumsi klasik, uji korelasi, uji regresi linear sederhana dan berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan dan persepsi harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Artinya semakin baik kualitas layanan dan persepsi harga pada produk/pelayanan maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggan.

Kualitas layanan dan persepsi harga yang berpengaruh kuat bagi pelanggan, akan menimbulkan kepuasan pelanggan yang sangat penting bagi keberlangsungan perusahaan. Maka dari itu upaya peningkatan performa dan kualitas perusahaan sangat dibutuhkan.





## ABSTRACT

Yurike Venesia / 26100381/ 2014 / The Effect of Service Quality and Price Perceptions Against Customer Satisfaction on TigerAir Mandala Airlines/ Marketing Management / Advisor : Ms. Lily Harjati, Ir., M.M..

With the rapid increase among the transportation industry today, makes the competition between companies is getting tougher in order to capture customers and maintain the market share. Service and good pricing is a unity that can be seen from the customer's expectations. This is a reason for the company's to continue create customer satisfaction, especially with the best service and price.

Service quality and price perception is an overall impression of the performance provided by the company. Several previous studies have shown the certain influence of service quality and price perception upon customer satisfaction. The question is how much these two variables affect consumer satisfaction an air transport company that is used frequently by people for travelling today?

This research aims to empirically study the influence effect of service quality and price perception. The object of this research is the air transport company which recently exist in the community, TigerAir Mandala. The technique used for primary data collection is the analysis of questionnaires that distributed to 30 people as a *pre-test*, then it will be distributed again to the 100 customers who have been using the services of TigerAir Mandala. Measuring devices that used in this study is validity test, reliability test, descriptive analysis, classic assumption test, correlation, simple and multiple linear regression.

The results of this study indicate that the quality of service and price perceptions are influenced positively towards consumer satisfaction. This means that the better the service quality and price perception on products/services, the higher the customer satisfaction.

A strong influence of service quality and price perceptions for consumers, will lead to customer satisfaction which is very important for the sustainability of the company. Therefore efforts to improve the performance and quality of the company is needed.



## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa oleh karena kasih karunia dan kemurahan-Nya, setiap saat memberikan berkat kekuatan dan perlindungan sehingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis banyak menerima bantuan, baik berupa dorongan semangat maupun sumbangan pikiran dari berbagai pihak. Atas bantuan yang telah diberikan dalam penyelesaian skripsi ini, maka penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Dosen pembimbing penulis Ibu Lily Harjati, Ir., M.M. atas bimbingannya yang sangat membantu penulis dalam penyusunan penelitian ini
2. Seluruh dosen Kwik Kian Gie School of Business yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis
3. Seluruh keluarga besar penulis terutama orang tua penulis yang selalu memberikan semangat dalam pengerjaan skripsi
4. Kakak penulis, Niken Stefani yang selalu memberikan semangat yang positif dan bantuan kepada penulis
5. Robin Alexander yang telah memberikan dukungan, perhatian dan dorongan kepada penulis selama pengerjaan skripsi

1. Dilarang menyalin atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipannya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

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





6. Teman-teman terdekat penulis, Priscillia, Veranika Ellen, Brigitha Venny, Jane Caroline Tunggeleng, Risa Kusuma, dan Bella C. Hilman yang selalu membantu dan memberikan

*support* pada saat penulis mengalami kesulitan

7. Teman-teman kelas J angkatan 2012 yang telah mengisi hari-hari penulis dari awal perkuliahan.

8. Pihak-pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih banyak atas doa dan dukungan yang telah diberikan kepada penulis.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, maka dari itu penulis mengharapkan adanya masukan dan kritik yang membangun sehingga dapat mendorong penulis untuk menghasilkan karya penelitian yang lebih baik di kemudian hari. Semoga penelitian ini bermanfaat dan kiranya Tuhan membalas semua kebaikan semua pihak yang telah mendoakan dan mendukung penulis di dalam proses menyelesaikan skripsi ini hingga selesai.

Jakarta, 11 Maret 2014

Yurike Venesia

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xii</b>
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	5
C. Batasan Masalah .....	5
D. Batasan Penelitian .....	5
E. Rumusan Masalah .....	6
F. Tujuan Penelitian .....	6
G. Manfaat Penelitian .....	6
<b>BAB II. LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN</b> .....	<b>8</b>
A. Landasan Teori .....	8
1. Jasa .....	8
a. Pengertian Jasa .....	8
b. Karakteristik Jasa .....	9
c. Bauran Pemasaran Jasa .....	10
2. Kualitas Layanan .....	12



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.





a. Pengertian Kualitas Layanan .....	12
b. Dimensi Kualitas Layanan .....	13
3. Persepsi Harga .....	15
a. Pengertian Persepsi .....	15
b. Persepsi Harga .....	16
c. Dimensi Persepsi Harga .....	17
4. Kepuasan Pelanggan .....	19
B. Kerangka Pemikiran dan Hipotesis Penelitian .....	22
1. Hubungan Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan .....	22
2. Hubungan Persepsi Harga dan Kepuasan Pelanggan .....	24
<b>BAB III. METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>26</b>
A. Obyek Penelitian .....	26
B. Desain Penelitian .....	26
C. Variabel Penelitian .....	28
D. Teknik Pengumpulan Data .....	30
E. Teknik Pengambilan Sampel .....	30
F. Teknik Analisis Data .....	31
1. Uji Validitas .....	31
2. Uji Reabilitas .....	32
3. Analisis Deskriptif .....	33
4. Uji Asumsi Klasik .....	36
5. Uji Normalitas Data .....	36
6. Uji Heteroskedastisitas .....	37
7. Uji Autokorelasi .....	37

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**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. Analisis Korelasi .....	38
9. Analisis Regresi Linear Berganda .....	39
10. Uji Kebeartian Model (Uji F) .....	40
11. Uji Signifikansi Koefisien (Uji t) .....	40
12. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	41

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**BAB IV. ANALISIS DAN PEMBAHASAN ..... 42**

A. Gambaran Umum Perusahaan .....	42
1. Profil Perusahaan .....	42
2. Logo Perusahaan .....	43
B. Pelaksanaan Penelitian .....	44
C. Analisis Data .....	44
1. Uji Validitas .....	44
2. Uji Reabilitas .....	47
3. Analisis Profil Responden .....	48
a. Jenis Kelamin .....	48
b. Status .....	48
c. Usia .....	49
d. Status Tingkat Pendidikan .....	50
e. Pekerjaan .....	51
f. Pengeluaran Travelling per-tahun .....	51
4. Analisis Variabel Kualitas Layanan .....	52
5. Analisis Variabel Persepsi Harga .....	54
6. Analisis Variabel Kepuasan Pelanggan .....	55
7. Uji Asumsi Klasik .....	56

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.



a. Uji Normalitas Data .....	56
b. Uji Heteroskedastisitas .....	57
c. Uji Autokorelasi .....	58
8. Analisis Korelasi .....	59
9. Analisis Regresi Linear Berganda .....	60
a. Uji Kebeartian Model (Uji F) .....	60
b. Uji Signifikansi Koefisien (Uji t) .....	62
c. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	63
D. Pembahasan .....	64
1. Variabel Kualitas Layanan .....	64
2. Variabel Persepsi Harga .....	64
3. Variabel Kepuasan Pelanggan .....	65
4. Pengaruh Variabel Kualitas Layanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	65
<b>BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>67</b>
A. Kesimpulan .....	67
B. Saran .....	67
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>68</b>

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel Penelitian .....	29
Tabel 3.2	Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai r .....	39
Tabel 4.1	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan .....	45
Tabel 4.2	Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Harga .....	46
Tabel 4.3	Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan .....	46
Tabel 4.4	Hasil Uji Reabilitas Variabel Kualitas Layanan .....	47
Tabel 4.5	Hasil Uji Reabilitas Variabel Persepsi Harga .....	47
Tabel 4.6	Hasil Uji Reabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan .....	47
Tabel 4.7	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	48
Tabel 4.8	Profil Responden Berdasarkan Status .....	49
Tabel 4.9	Profil Responden Berdasarkan Usia .....	49
Tabel 4.10	Profil Responden Berdasarkan Status Tingkat Pendidikan .....	50
Tabel 4.11	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	51
Tabel 4.12	Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran Travelling per Tahun.....	52
Tabel 4.13	Analisis Variabel Kualitas Layanan .....	53
Tabel 4.14	Analisis Variabel Persepsi Harga .....	54
Tabel 4.15	Analisis Variabel Kepuasan Pelanggan .....	55
Tabel 4.16	Uji Normalitas .....	56
Tabel 4.17	Uji Heteroskedastisitas .....	57
Tabel 4.18	Uji Autokorelasi .....	58
Tabel 4.19	Analisis Korelasi .....	59
Tabel 4.20	Analisis Regresi Linear Sederhana .....	60
Tabel 4.21	Uji F Pengaruh Kualitas Layanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	61





Tabel 4.22

Koefisien Determinasi Pengaruh Kualitas Layanan dan Persepsi Harga

Terhadap Kepuasan Pelanggan ..... 64

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**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.

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	TigerAir Mandala <i>On-time Performance Summary</i> .....	3
Gambar 1.2	Review TigerAir Mandala .....	4
Gambar 2.1	Persepsi Harga .....	17
Gambar 2.2	Kerangka Pemikiran .....	22
Gambar 4.1	Logo Perusahaan .....	43

© Hak Cipta Milik Iain KKK (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**



**KWIK KIAN GIE**  
SCHOOL OF BUSINESS

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.



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian .....	71
Lampiran 2	Data Hasil Kuesioner <i>Pre-test</i> .....	74
Lampiran 3	Data Hasil Kuesioner Variabel Kualitas Layanan .....	75
Lampiran 4	Data Hasil Kuesioner Variabel Persepsi Harga .....	78
Lampiran 5	Data Hasil Kuesioner Variabel Kepuasan Pelanggan .....	81
Lampiran 6	Tabel <i>Product Moment</i> .....	84
Lampiran 7	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan .....	86
Lampiran 8	Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Harga .....	87
Lampiran 9	Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan .....	88
Lampiran 10	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Layanan .....	89
Lampiran 11	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Persepsi Harga .....	89
Lampiran 12	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan .....	89
Lampiran 13	Hasil Uji Normalitas .....	90
Lampiran 14	Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	90
Lampiran 15	Hasil Uji Autokorelasi .....	91
Lampiran 16	Hasil Analisis Korelasi .....	91
Lampiran 17	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....	92

© Hakipta milik IBI KGG (Industri 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 IBIKGG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKGG.