

PENGARUH HARGA TIKET TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA MASKPAI PENERBANGAN CITILINK

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Terapan Manajemen (S.Tr.M)
Pada Program Studi Manajemen Bisnis*



**POLITEKNIK NEGERI MANADO
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS
2024**

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	v
LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN	vi
BIOGRAFI	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Rumusan Masalah	4
1.4 Tujuan Dan Manfaat	5
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS	7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Pengertian Harga	7
2.1.2 Indikator Harga Tiket	8
2.1.3 Jenis-Jenis Harga	9
2.1.2 Pengertian Tiket	9
2.1.3 Klasifikasi Tiket	10
2.2 Konsep Kepuasan Pelanggan	11
2.3 Hubungan Antara Harga Tiket dan Kepuasan Pelanggan	12
2.4 Hasil Penelitian Terdahulu	14
2.5 Kerangka Berpikir	17
2.6 Hipotesis	19
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	19
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	19
3.2 Jenis Penelitian Dan Metode Penelitian	19
3.2.1 Jenis Penelitian	19
3.2.2 Metode Penelitian	19

3.3	Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data	20
3.3.1	Jenis Data	20
3.3.2	Metode Pengumpulan Data	21
3.4	Populasi dan Sampel	22
3.4.1	Populasi	22
3.4.2	Sampel	23
3.5	Definisi Oprasional Variabel Dan Indikator Penelitian	24
3.5.1	Definisi oprasional variabel (X)	24
3.5.2	Definisi oprasional variabel (Y)	25
3.6	Metode Analisis	27
3.6.1	Pengukuran Validitas dan Reliabilitas	27
3.6.2	Analisa Korelasi	29
3.6.3	Analisis Regresi Linier Sederhana	30
3.6.4	Pengujian Hipotesis	30
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	32
4.1	Gambaran Umum Perusahaan	32
4.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan	32
4.1.2	Visi dan Misi Perusahaan	35
4.1.3	Sumber Daya Perusahaan	35
4.1.4	Struktur organisasi perusahaan	38
4.2	Hasil Analisis	39
4.2.1	Deskripsi responden	39
4.2.2	Hasil analisis deskriptif	42
4.2.3	Total Skor Variabel Harga Tiket Dan Kepuasan Pelanggan	44
4.2.4	Hasil analisis instrumen jawaban responden	47
4.2.5	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	49
4.2.6	Hasil analisis korelasi dan regresi	52
4.2.7	Analisis Grafik	55
4.2.8	Pengujian Hipotesis	56
4.3	Pembahasan	60
4.3.1	Pengaruh Harga Tiket Terhadap Kepuasan Pelanggan	60
BAB V	PENUTUP	66

5.1 Kesimpulan.....	66
5.2 Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA.....	68



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Transportasi merupakan unsur yang sangat penting bagi kehidupan manusia, karena tanpa transportasi manusia akan mengalami kesulitan melakukan usaha untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, sehingga pada era modern ini transportasi menjadi bagian dari kehidupan manusia, dan transportasi tidak dapat dipisahkan dengan dunia usaha. Seiring dengan meningkatnya standar hidup masyarakat maka meningkat pula permintaan masyarakat terhadap transportasi.

Di era modern ini transportasi yang cepat dan efisien adalah suatu keharusan, karena dengan transportasi kita mampu memenuhi kebutuhan hidup dan dalam perusahaan industri penerbangan harga merupakan faktor yang sangat penting. Maskapai penerbangan adalah sebuah organisasi yang menyediakan jasa penerbangan bagi penumpang ataupun barang. Sebagian orang memilih menyewa atau memiliki pesawat terbang untuk menyediakan jasa tersebut dan dapat membentuk kerja sama dengan maskapai untuk kebutuhan bersama. Pertumbuhan ekonomi yang stabil, peningkatan mobilitas masyarakat, serta perubahan perilaku konsumen dalam memilih layanan transportasi udara menjadi faktor utama yang mendorong perkembangan sektor ini.

Dalam kehidupan sehari-hari kita sering mendengar istilah tiket, harga tiket merupakan suatu perjanjian antara perusahaan pengangkutan dan penumpang yang berisi beberapa persyaratan bahwa pemegang tiket dapat memakai jasa angkutan penerbangannya. Agar dapat sukses dalam memasarkan suatu barang

atau jasa, setiap perusahaan harus menetapkan harganya secara tepat. Untuk mengatasi ketatnya persaingan dalam pemasaran tiket pesawat, maka salah satu upaya yang dilakukan oleh perusahaan yakni menerapkan strategi harga yang tepat karena harga tiket dianggap sebagai faktor kunci dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Permintaan terhadap tiket pesawat setiap bulannya mengalami perubahan, sewaktu-waktu naik dan sewaktu-waktu turun. Hal ini disebabkan oleh tingkat harga yang mengalami perubahan setiap saat, selain itu hari libur dan hari raya serta adanya berbagai event dan kegiatan tertentu juga akan mempengaruhi jumlah permintaan terhadap tiket pesawat.

Selain faktor harga, aspek lain seperti pelayanan, ketepatan waktu, fasilitas di dalam pesawat, dan kebijakan refund atau penggantian juga memainkan peran penting dalam membentuk pengalaman pelanggan. Dalam konteks bisnis, kepuasan pelanggan sangat penting karena berhubungan langsung dengan loyalitas pelanggan. Perusahaan yang mampu memahami dan memenuhi harapan serta kebutuhan pelanggan secara efektif cenderung mendapatkan tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi, dan dapat membantu mencapai kesuksesan jangka Panjang dan pertumbuhan bisnis.

Kepuasan pelanggan merupakan tingkat kepuasan atau kebahagiaan yang dirasakan oleh pelanggan setelah mereka menggunakan layanan dari suatu perusahaan. Ini mencakup persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan, serta sejauh mana harapan mereka terpenuhi atau bahkan melampaui layanan yang mereka terima. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik didalam perusahaan

maka pelanggan akan merasa puas dengan pelayanan tersebut, dan tidak menutup kemungkinan mereka akan Kembali lagi.

PT. Citilink adalah anak perusahaan Garuda Indonesia, didirikan berdasarkan akta notaris Natakusumah no. 01 tanggal 06 Januari 2009 dan telah menjadi maskapai yang paling cepat berkembang di Indonesia sejak tahun 2011. Sebagai bukti keberhasilan dalam komitmen meningkatkan pelayanan pada pelanggan, Citilink telah meraih beberapa penghargaan seperti penghargaan Top IT Implementation Airlines Sector dari Kementerian Komunikasi dan Informatika ditahun 2017. Seperti perusahaan pada umumnya Citilink juga tidak lepas dari masalah.

Berdasarkan observasi, terdapat beberapa permasalahan yang di observasi oleh penulis yaitu dimana diskon tiket maskapai diumumkan tetapi tidak tersedia saat akan dibeli, ada beberapa faktor yang mungkin menjadi penyebabnya. Salah satu kemungkinan adalah keterbatasan kuota diskon. Diskon mungkin hanya berlaku untuk sejumlah tiket tertentu, dan jika semua tiket dengan diskon telah terjual, maka pelanggan tidak akan dapat memperoleh tiket dengan harga tersebut. Pelanggan juga pernah memberikan keluhan karena kurangnya promosi yang efektif dan tidak spesifik atau terlalu umum dapat membuat penawaran khusus tidak terlihat oleh calon pelanggan, sehingga mengakibatkan rendahnya visibilitas promosi. Ini bisa disebabkan oleh strategi pemasaran yang tidak agresif atau ketidakmampuan dalam memanfaatkan saluran pemasaran digital dan media sosial dengan maksimal. Selain itu, strategi diskon tidak cukup menarik atau jarang diadakan dapat mengurangi daya Tarik maskapai jika dibandingkan dengan

pesaing yang lebih agresif dalam menawarkan promo. Lalu ada juga pengalaman dari beberapa pelanggan, banyak yang merasa bahwa tiket yang dikenakan selama peak season sangat tinggi dan tidak bisa dijangkau oleh pelanggan. Mereka menganggap bahwa lonjakan harga ini tidak adil, terutama jika mereka harus membayar lebih untuk layanan yang sama yang ditawarkan dengan harga yang lebih rendah diluar musim puncak.hal ini sering kali menimbulkan ketidakpuasan dan rasa dirugikan dikalangan pelanggan.

Dari masalah tersebut membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang lebih mendalam tentang sejauh mana pengaruh harga tiket terhadap kepuasan pelanggan kemudian dijadikan sebagai penelitian dengan judul **“Pengaruh Harga Tiket Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Maskapai Penerbangan Citilink”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas, penulis menemukan permasalahan yang dijadikan identifikasi masalah sebagai berikut :

1. Kuota diskon terbatas dan kurang memenuhi kebutuhan pelanggan
2. Promosi tidak spesifik atau terlalu umum sehingga pelanggan sulit memahami manfaat, syarat, atau ketentuan yang berlaku.
3. Harga tiket yang meningkat selama peak season sehingga sulit dijangkau oleh pelanggan, sehingga mereka merasa tidak puas dengan nilai yang diberikan dibandingkan dengan biaya yang harus dikeluarkan.

1.3 Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang diatas maka penulis merumuskan permasalahan pada penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana harga tiket yang diterapkan maskapai penerbangan Citilink ?
2. Bagaimana pelayanan kepada pelanggan berkaitan dengan harga tiket yang diberikan oleh maskapai Citilink ?
3. Bagaimana pengaruh harga tiket terhadap kepuasan pelanggan pada maskapai penerbangan Citilink ?

1.4 Tujuan Dan Manfaat

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian diatas tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui harga tiket yang diterapkan pada maskapai penerbangan Citilink
- b. Untuk mengetahui kualitas pelayanan yang diberikan maskapai sesuai dengan harga tiket
- c. Untuk mengetahui pengaruh harga tiket terhadap kepuasan pelanggan pada maskapai penerbangan Citilink

2. Manfaat

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah :

a. Bagi penulis

Penelitian ini bermanfaat bagi penulis bisa menambah ilmu pengetahuan dan pengalaman mengenai pengaruh harga tiket terhadap kepuasan pelanggan

c. Bagi pihak akademik

Dapat menjadi bahan acuan Pustaka serta referensi yang menjadi bahan perbandingan dalam melakukan penelitian-penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan pengaruh harga tiket terhadap kepuasan pelanggan

d. Bagi pihak instansi

Dengan adanya penelitian ini dapat memberikan informasi dan kontribusi serta dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam mengatasi masalah yang terkait dengan pengaruh harga tiket terhadap kepuasan pelanggan pada maskapai penerbangan Citilink.

