

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berlandaskan hasil penelitian dan analisis yang dilakukan penulis, berikut ini merupakan kesimpulan yang penulis buat sehubungan dengan temuan penelitian tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap niat pakai ulang maskapai Lion Air:

1. Kualitas pelayanan dari maskapai Lion Air menghasilkan nilai rata-rata hitung dalam semua dimensi yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* sebesar 2,25 dengan interpretasi buruk. Di mana dalam hal ini berarti bahwa kualitas pelayanan pada maskapai Lion Air masih kurang baik dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan penumpang seperti halnya fasilitas yang diberikan, memberitahukan jadwal penerbangan yang dilakukan, memberikan pelayanan yang cepat, memberikan kepercayaan kepada penumpang, dan memberikan pelayanan yang sabar dan penuh pengertian dalam menangani penumpang.
 - a. Kualitas pelayanan pada dimensi *tangible* maskapai Lion Air.
Berlandaskan hasil analisis data yang telah dilakukan penulis, dalam dimensi *tangible* mendapatkan hasil nilai rata-rata hitung statistik deskriptif yang diinterpretasikan dalam kategori buruk. Di mana analisa data, maskapai Lion Air buruk dalam memberikan peralatan teknologi yang mutakhir, petugas maskapai yang profesional, berpenampilan rapi, dan menarik, dan fasilitas yang menarik.
 - b. Kualitas pelayanan pada dimensi *reliability* maskapai Lion Air
Berlandaskan hasil analisis data yang telah dilakukan penulis, dalam dimensi *reliability* mendapatkan hasil nilai rata-rata hitung statistik deskriptif yang diinterpretasikan dalam kategori buruk. Di mana menurut analisa data, petugas maskapai Lion Air buruk dalam memberikan sambutan yang baik kepada penumpang, bersikap simpatik menghadapi penumpang yang bermasalah, waktu pelayanan maskapai Lion Air tidak sesuai dengan jadwal

yang telah di informasikan, maskapai Lion Air buruk dalam memberikan pelayanan yang dapat dipercaya, memberitahukan kapan jadwal penerbangan yang dilakukan, dan dalam menyimpan data yang akurat dan benar.

c. Kualitas pelayanan pada dimensi *responsiveness* maskapai Lion Air

Berlandaskan hasil analisis data yang telah dilakukan penulis, dalam dimensi *responsiveness* mendapatkan hasil nilai rata-rata hitung statistik deskriptif yang diinterpretasikan dalam kategori buruk. Di mana menurut analisa data, maskapai Lion Air buruk dalam memberikan pelayanan yang cepat, nyaman, memberikan rasa aman dalam memberikan pelayanan, petugas Lion Air buruk dalam membantu masalah yang dihadapi oleh penumpang, dan siap setiap saat melayani penumpang.

d. Kualitas pelayanan pada dimensi *assurance* maskapai Lion Air

Berlandaskan hasil analisis data yang telah dilakukan penulis, dalam dimensi *assurance* mendapatkan hasil nilai rata-rata hitung statistik deskriptif diinterpretasikan dalam kategori buruk. Di mana menurut analisa data penumpang petugas maskapai Lion Air buruk dalam memberikan kepercayaan kepada penumpang, memberikan rasa aman selama penerbangan, bersikap sopan kepada penumpang, dan memiliki pengetahuan yang cukup.

e. Kualitas pelayanan pada dimensi *empathy* maskapai Lion Air

Berlandaskan hasil analisis data yang telah dilakukan penulis, dalam dimensi *empathy* mendapatkan hasil nilai rata-rata hitung statistik deskriptif diinterpretasikan dalam kategori buruk. Di mana menurut penumpang petugas maskapai Lion Air buruk dalam hal memahami dan memperhatikan kepentingan penumpang, tanggap terhadap kepentingan penumpang, siap saat merespons permintaan penumpang, dan sabar dan penuh pengertian dalam menangani penumpang. Selain itu, maskapai

Lion Air buruk dalam memberikan tempat pelayanan yang nyaman, aman, dan representatif.

2. Niat pakai ulang maskapai Lion Air menghasilkan nilai rata-rata hitung statistik deskriptif yang diinterpretasikan dalam kategori rendah. Berdasarkan hasil kuesioner, hal ini terjadi atas kualitas pelayanan maskapai Lion Air yang buruk pada seluruh dimensi yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Hal ini menyebabkan responden enggan untuk menggunakan kembali maskapai Lion Air.
3. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap niat pakai ulang maskapai Lion Air. Berdasarkan dari ke lima (5) dimensi dari kualitas pelayanan yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*, terdapat empat (4) di antaranya *tangible*, *reliability*, *assurance*, dan *empathy* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap niat pakai ulang. Keempat dimensi tersebut memiliki kontribusi variabel sebesar 84,2%. Sementara presentase sisanya sebesar 15,8% merupakan kontribusi faktor lainnya. Adapun variabel *responsiveness* memberikan hasil pengaruh yang tidak signifikan terhadap niat pakai ulang.

5.2 Saran

Berlandaskan kesimpulan di atas, penulis memiliki beberapa saran yang ingin diberikan kepada maskapai Lion Air untuk membantu meningkatkan niat pakai ulang maskapai Lion Air.

1. Aspek *tangible*

Berdasarkan dari hasil analisa deskriptif, pada dimensi *tangible* penumpang mengatakan bahwa maskapai Lion Air buruk dalam memberikan fasilitas yang diberikan. Menurut Sadiqin & Saraswati (2018) fasilitas yang tersedia di pesawat bertujuan untuk memenuhi kebutuhan penumpang selama penerbangan dengan disediakannya berbagai fasilitas, dengan harapan dapat menarik minat lebih banyak konsumen untuk memilih layanan penerbangan Lion Air. Sehingga berlandaskan hal tersebut, maskapai Lion Air harus memperhatikan fasilitas yang diberikan selama penerbangan seperti kebersihan kabin pesawat dan melakukan *maintenance* fasilitas AC.

2. Aspek *reliability*

Berdasarkan dari hasil kuesioner yang disebarkan, penumpang mengatakan bahwa maskapai Lion Air buruk dalam memberikan informasi kapan jadwal penerbangan yang dilakukan. Menurut Sadiqin & Saraswati (2018) pemberian informasi jadwal penerbangan yang akurat dan sesuai dengan jadwal bertujuan untuk mencegah keluhan atau protes dari penumpang. Sehingga berlandaskan hal tersebut maskapai Lion Air harus lebih agresif untuk memberikan informasi kepada penumpang mengenai keterlambatan (*delay*), memajukan, dan pembatalan jam penerbangan dapat melalui pesan teks, *e-mail*, atau notifikasi aplikasi maskapai penerbangan agar memastikan penumpang selalu terinformasi jadwal terkini.

3. Aspek *assurance*

Berdasarkan hasil kuesioner yang disebarkan, penumpang mengatakan bahwa maskapai Lion Air buruk dalam memberikan kepercayaan kepada penumpang. Menurut Sadiqin & Saraswati (2018) kepercayaan kepada penumpang yang dimaksud adalah petugas dapat menunjukkan keyakinannya terhadap layanan yang mereka berikan kepada penumpang selama menggunakan layanan penerbangan. Sehingga berlandaskan hal tersebut petugas maskapai Lion Air menunjukkan bahwa layanan yang berikan harus terpercaya, hal ini dapat dilakukan dengan *skill training* seperti pelatihan keselamatan dan keamanan penerbangan bertujuan untuk memberikan keyakinan pada penumpang bahwa maskapai penerbangan memiliki standar keselamatan yang tinggi. Selain itu, dapat juga melakukan pelatihan komunikasi yang bertujuan untuk membantu petugas untuk memberikan informasi dengan jelas dan efektif kepada penumpang, terutama dalam situasi yang tidak terduga.

4. Aspek *empathy*

Berdasarkan hasil kuesioner yang disebarkan, penumpang mengatakan bahwa petugas maskapai Lion Air kurang sabar dan pengertian dalam menangi penumpang. Sebaiknya, petugas senantiasa dengan sabar mengerti atau memahami keluh kesah penumpang dan menangannya

dengan baik. Hal yang dapat dilakukan, membuat survei pelanggan sehingga dapat dilakukan evaluasi yang menyeluruh untuk petugas maskapai Lion Air yang berada pada posisi *front liner*. Selain itu, dapat dilakukan juga pelatihan karyawan untuk membantu meningkatkan keterampilan komunikasi, kepercayaan diri petugas maskapai penerbangan. Latihan ini dapat membantu petugas memiliki keterampilan komunikasi yaitu menyimak, berbicara, menyampaikan pesan dengan jelas, dan menggunakan bahasa tubuh yang baik. Menyimak dengan efektif adalah sebuah keterampilan kunci dalam komunikasi *interpersonal* agar tercipta *empathy* yang baik dari petugas kepada penumpang.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (2013). *Marketing Research* (11th ed.). John Wiley and Sons.
- Annur, C. M. (2022, November 14). *10 Maskapai Terburuk di Dunia menurut Bounce Airline Index (2022)*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/11/14/10-maskapai-terburuk-dunia-2022-juaranya-dari-indonesia>
- Annur, C. M. (2023, January 16). *Maskapai Penerbangan Favorit Responden (November 2022)*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/01/16/maskapai-penerbangan-favorit-warga-indonesia-siapa-juaranya>
- Azmarani, A. W. (2016). Analisis Kualitas Pelayanan Maskapai Penerbangan Low Cost Carrier (Studi Deskriptif Di PT. Citilink Indonesia Cabang Surabaya). *Kebijakan Dan Manajemen Publik*, 4(3).
- Bahar, A., & Sjaruddin, H. (2015). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang. *Jurnal Organisasi Dan Manajemen*, 3.
- Canming, C., & Jianjun, C. (2011). An empirical analysis of the relationship among the service quality, customer satisfaction and loyalty of high speed railway based on structural equation model. *Canadian Social Science*, 67–73.
- Chairani, S., & Rubiyanti, R. N. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Konsumen Pengguna Maskapai Lion Air di Indonesia). *E-Proceeding of Management : Vol.8, No.4*, 3515–3526. www.cnnIndonesia.com.2020
- Choi, Y., & Sun, L. (2016). Reuse Intention of Third-Party Online Payments: A Focus on the Sustainable Factors of Alipay. *Sustainability*, 8(2), 147. <https://doi.org/10.3390/su8020147>
- Darmadjati, R. S. (2001). *Istilah-Istilah Dunia Pariwisata*. Pradnya Paramita.

- Duarte, K., & Herlina, S. (2020). Analisis Pengaruh Service Quality (Pre-Flight, In-Flight, dan Post-Flight) terhadap Kepuasan Konsumen Lion Air. *Equilibrium Jurnal Bisnis & Akuntansi*, XIV(2), 63–75.
- Efendic, E., & Lajiq, S. (2012). *Service quality - A research on how recruitment companies secure service quality* [Linnaeus University]. <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:530565/FULLTEXT01>
- Ekaprana, I. D. G. A., Jatra, I. M., & Giantari, I. G. A. K. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Citra Merek Terhadap Niat Pembelian Ulang. *E-Jurnal Manajemen*, 9(8), 2895–2914.
- Firmansyah. (2020). Pengaruh Produk, Harga Dan Lokasi Kepuasan Konsumen Serta Niat Pembelian Ulang Pada Produk Gadai Emas Ib Barokah Di Bank Jatim Cabang Syariah Surabaya. *Ekonika : Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 05(2).
- Ghozali, I. (2018). *APLIKASI ANALISIS MULTIVARIATE Dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hafizhi, M. F., & Syaputra, A. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan In-Flight Service dan Harga Terhadap Minat Pembelian Ulang Tiket Pada Maskapai Batik Air di Bandar Udara Internasional Achmad Yani Semarang. *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(2), 3040–3050.
- Hakim, F. F., Bastian, M. S. F., & Prasidi, A. (2022). The Influence of Promotion and Brand Image Towards Lion Air's Customer's Purchase Interest on Period 2022. *Advances in Transportation and Logistics Research*. <http://proceedings.itltrisakti.ac.id/index.php/altr>
- Harjati, L., & Venesia, Y. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Maskapai Penerbangan Tiger Air Mandala. *E-Journal WIDYA Ekonomika*, 1(1), 64–74.
- Hellier, P. K., Geursen, G. M., Carr, R. A., & Rickard, J. A. (2003). Customer repurchase intention. *European Journal of Marketing*, 37(11/12), 1762–1800. <https://doi.org/10.1108/03090560310495456>

- KBBI. (2023a). *Jasa*. KBBI. <https://kbbi.web.id/jasa>
- KBBI. (2023b). *Transportasi*. KBBI. <https://kbbi.web.id/transportasi>
- Kementerian Perhubungan Indonesia. (2023). *Organisasi Penerbangan di Indonesia*. DIREKTORAT JENDERAL PERHUBUNGAN UDARA. <https://hubud.dephub.go.id/hubud/website/Maskapai.php?id=121>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education, Inc.
- Lamak, P. B. (2022, June 26). *Penumpang dan Petugas Maskapai Cekcok Penundaan Lion Air Sorong-Manado*. [TribunPapuaBarat.Com](https://tribunpapuabarat.com).
- LibLogo.com. (n.d.). *Lion Air Logo & Transparent Lion Air.PNG Logo Images*. Liblogo.Com. Retrieved January 9, 2024, from <https://www.liblogo.com/lib/lion-air-logo.html>
- Lion Air. (n.d.). *About Us*. Lion Air. Retrieved December 10, 2023, from <https://www.lionair.co.id/tentang-kami/cerita-kami>
- Nathadewi, K. S., & Sukawati, T. G. R. (2019). Peran Kepuasan Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Beli Ulang Konsumen Lion Air. *E-Jurnal Manajemen*, 8(11), 6658–6679.
- Olusegun, A. M., Dikko, H. G., & Gulumbe, S. U. (2015). Identifying the Limitation of Stepwise Selection for Variable Selection in Regression Analysis. *American Journal of Theoretical and Applied Statistics*, 4(5), 414–419. <https://doi.org/10.11648/j.ajtas.20150405.22>
- Pamungkas, S., & Hidayat, W. (2016). Pengaruh Tarif, Citra Merek, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Maskapai Penerbangan Citilink. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 6(1), 201–210.
- Pandiangan, S. M. T., Resmawa, I. N., Simanjuntak, O. D. P., Sitompul, P. N., & Jefri, R. (2021). Effect of E-Satisfaction on Repurchase Intention in Shopee User Students. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 4(4), 7785–7791.

- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41–50. <https://doi.org/10.1177/002224298504900403>
- Prayoga, I. M. S. (2020). Pengaruh Kualitas Jasa dan Kepuasan Pelanggan pada Niat Pemakaian Ulang Jasa Bengkel Honda. *Juima*, 10(1). <https://e-journal.unmas.ac.id/index.php/juima/article/view/1077/920>
- Putri, R. N. F. (2023, June 11). *Sering Disebut Raja Delay, Lion Air Cuman Bisa Minta Maaf*. JawaPos.Com. <https://www.jawapos.com/ekonomi/01870887/sering-disebut-raja-delay-lion-air-cuman-bisa-minta-maaf>
- Rahmayanty, N. (2010). *Manajemen Pelayanan Prima: Mencegah Pembelotan dan Membangun Customer Loyalty*. Graha Ilmu.
- Rizaldi, S. (2022). *Pengaruh Price, Customer Value, Service Quality Terhadap Repurchase Intention Batik Air di Bali*.
- Sadiqin, M. H., & Saraswati, T. G. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Maskapai Lion Air (Studi Pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Universitas Telkom). *E-Proceeding of Management*, 5(3), 3919–3929.
- Sartika, A. R., & Ayuni, R. F. (2017). *Pengaruh Airline Service Quality (AIRQUAL) Terhadap Customer Satisfaction (Studi Pada Penumpang Garuda Indonesia)*.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2007). *Consumer Behavior* (9th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business*. www.wileypluslearningspace.com
- Sitanggang, P. (2023, May 2). *BREAKING NEWS, Calon Penumpang Lion Air di Batam Mengamuk Gegara Delay*. TribunBatam.Id. <https://batam.tribunnews.com/2023/05/02/breaking-news-calon-penumpang-lion-air-di-batam-mengamuk-gegara-delay>

- Skytrax. (2023). *Lion Air Customer Reviews - SKYTRAX*.
<https://www.airlinequality.com/airline-reviews/lion-air/>
- Sultan, F., & Simpson, M. C. (2000). International service variants: airline passenger expectations and perceptions of service quality. *Journal of Services Marketing, 14*, 188–216.
- Surjanto, Winarno, A., Gromang, F., Hidayat, A., & Karl Logoh, N. (2003). *Kamus Istilah Pariwisata*.
- Tondang, A. (2022, December 4). *Pesawat Lion Air Jambi-Jakarta Mendadak Gagal Take Off, Penumpang Menunggu 5 Jam*. *TribunJambi.Com*.
<https://jambi.tribunnews.com/2022/12/04/pesawat-lion-air-jambi-jakarta-mendadak-gagal-take-off-penumpang-menunggu-5-jam>
- Tripadvisor. (2023). *Reviews Lion Air*. *Tripadvisor*.
https://www.tripadvisor.co.id/Airline_Review-d8729111-Reviews-Lion-Air
- Wang, Y., Zhang, Z., Zhu, M., & Wang, H. (2020). The Impact of Service Quality and Customer Satisfaction on Reuse Intention in Urban Rail Transit in Tianjin, China. *SAGE Open, 10*(1), 215824401989880.
<https://doi.org/10.1177/2158244019898803>
- Wardhani, E. K. (2006). Pengukuran Tingkat Kepuasan Konsumen Jasa Penerbangan (Studi Kasus pada Jasa Penerbangan Garuda Indonesia Semarang - Jakarta). *JURNAL STUDI MANAJEMEN & ORGANISASI, 3*(1).
- Wibowo, S. E., Ruswanti, E., & Januarko, U. (2013). Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Pembelian Ulang Pada Toko Buku Gramedia Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi, 4*(1), 56–64.
- Wijaya, K., & Awan. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Pelayanan Cabin Crew Terhadap Minat Beli Ulang Pengguna Jasa Maskapai Garuda Indonesia Di Bandar Udara Yogyakarta International Airport. *Jurnal Kewarganegaraan, 6*(1), 1732–1737.