

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP<sup>24/11</sup>  
NIAT PAKAI ULANG MASKAPAI PENERBANGAN  
LION AIR**



**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar  
Sarjana Manajemen

**Oleh:**

**Sharfina Reyhana Neysa Prawiradilaga**

**6031901167**

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**PROGRAM SARJANA MANAJEMEN**

**Terakreditasi Unggul oleh LAMEMBA No. 720/DE/A.5/AR.10/IX/2023**

**BANDUNG**

**2024**

**THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY ON  
REUSE INTENTIONS OF LION AIR AIRLINES**



**UNDERGRADUATE THESIS**

Submitted to complete part of the requirements  
for Bachelor's Degree in Management

**By**

**Sharfina Reyhana Neysa Prawiradilaga  
6031901167**

**PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY**

**FACULTY OF ECONOMICS**

**PROGRAM IN MANAGEMENT**

**Accredited by LAMEMBA No. 720/ DE/A.5/AR.10/IX/2023**

**BANDUNG**

**2024**

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN  
FAKULTAS EKONOMI  
PROGRAM SARJANA MANAJEMEN**



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
NIAT PAKAI ULANG MASKAPAI PENERBANGAN  
LION AIR**

Oleh:

Sharfina Reyhana Neysa Prawiradilaga  
6031901167

**PERSETUJUAN SKRIPSI**

Bandung, Januari 2024

Ketua Program Sarjana Manajemen,

Katlea Fitriani, S.T., M.S.M., CIPM.

Pembimbing Skripsi,

Irsanti Hasyim, S.E., M.S.M., M.Eng.

# PERNYATAAN

Saya yang bertanda-tangan di bawah ini,

Nama : Sharfina Reyhana Neysa Prawiradilaga  
Tempat, tanggal lahir : Bandung, 25 Mei 2001  
NPM : 6031901167  
Program studi : Manajemen  
Jenis Naskah : Skripsi

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

## **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP NIAT PAKAI ULANG MASKAPAI PENERBANGAN LION AIR”**

Yang telah diselesaikan dibawah bimbingan: Irsanti Hasyim, S.E., M.S.M., M.Eng

Adalah benar-benar karyatulis saya sendiri;

1. Apa pun yang tertuang sebagai bagian atau seluruh isi karya tulis saya tersebut di atas dan merupakan karya orang lain (termasuk tapi tidak terbatas pada buku, makalah, surat kabar, internet, materi perkuliahan, karya tulis mahasiswa lain), telah dengan selayaknya saya kutip, sadur atau tafsir dan jelas telah saya unggap dan tandai
2. Bahwa tindakan melanggar hak cipta dan yang disebut, plagiat (Plagiarism) merupakan pelanggaran akademik yang sanksinya dapat berupa peniadaan pengakuan atas karya ilmiah dan kehilangan hak kesarjanaan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan oleh pihak mana pun.

Pasal 25 Ayat (2) UU No.20 Tahun 2003: Lulusan perguruan tinggi yang karya ilmiahnya digunakan untuk memperoleh gelar akademik profesi, atau vokasi terbukti merupakan jiplakan dicabut gelarnya. Pasal 70 Lulusan yang karya ilmiah yang digunakannya untuk mendapatkan gelar akademik, profesi, atau vokasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 25 Ayat (2) terbukti merupakan jiplakan dipidana dengan pidana perkara paling lama dua tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp. 200 juta.

Bandung,

Dinyatakan tanggal: 30 Januari 2024

Pembuat pernyataan:



(Sharfina Reyhana Neysa Prawiradilaga)

## ABSTRAK

Pada era yang semakin maju ini memenangkan persaingan menjadi kunci keberhasilan bagi para pelaku usaha dalam menawarkan produk tidak terkecuali pada sektor jasa transportasi. Salah satu pemberi jasa transportasi adalah perusahaan penerbangan atau biasa dikenal dengan maskapai penerbangan. Banyak maskapai penerbangan bersaing untuk memberikan yang terbaik kepada pelanggan dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik, salah satunya yaitu Lion Air. Namun, berlandaskan pengamatan yang dilakukan, penulis banyak menemukan ulasan yang tidak menguntungkan dari pelanggan terkait maskapai penerbangan Lion Air di situs *Tripadvisor* dan *Skytrax Airline Quality*. Berlandaskan hasil *preliminary research*, 10 dari 12 responden pernah menggunakan maskapai penerbangan Lion Air, mereka memiliki pengalaman yang kurang baik dalam melakukan perjalanan, sehingga tidak ingin menggunakan kembali maskapai Lion Air. Alasan mereka tidak ingin menggunakan kembali maskapai Lion Air karena kualitas pelayanan yang diberikan kurang baik, seperti jadwal yang sering berubah, *customer service* kurang informatif dan tidak empati terhadap pelanggan, *entertainment* di dalam pesawat tidak ada, dan kondisi pesawat kurang bersih.

Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan (X) beserta dimensinya (*tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*) terhadap niat pakai ulang (Y) pada maskapai penerbangan Lion Air. Penelitian ini merupakan *applied research* dengan metode *cross-sectional*, dan metode *explanatory*. Penelitian ini bersifat kuantitatif, dengan pengambilan data sampel menggunakan *non-probability sampling* yaitu *judgement sampling* dengan kriteria responden yaitu pelanggan yang pernah menggunakan maskapai Lion Air satu tahun ke belakang. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara daring kepada 200 responden, kemudian hasilnya dianalisis dengan analisis statistik deskriptif dan analisis regresi linear berganda.

Berlandaskan hasil pengolahan data, ditemukan bahwa dimensi *tangible*, *reliability*, *assurance*, dan *empathy* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat pakai ulang dengan kontribusi sebesar 84,2%. Sedangkan dimensi *responsiveness* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap niat pakai ulang maskapai penerbangan Lion Air.

**Kata kunci:** kualitas pelayanan, niat pakai ulang, maskapai penerbangan, Lion Air

## ABSTRACT

*In this increasingly advanced era, winning the competition is crucial for business entities in offering products, including in the transportation services sector. One of the service providers in transportation is an airline company, commonly known as an airline. Many airlines compete to provide the best service to customers by delivering good service quality, including Lion Air. However, based on the observations made, the author found a significant number of negative reviews from customers regarding Lion Air on Tripadvisor and Skytrax Airline Quality. According to the preliminary research results, out of 12 respondents, 10 had used Lion Air, and they had a less-than-satisfactory travel experience, leading to a reluctance to use Lion Air again. Reasons for not wanting to use Lion Air again included poor service quality, such as frequent schedule changes, uninformative and unsympathetic customer service, lack of in-flight entertainment, and unclean aircraft conditions.*

*The purpose of this research is to determine the influence of service quality (X) and each of its dimensions (tangible, reliability, responsiveness, assurance, and empathy) toward the reuse intention (Y) Lion Air. This research is an applied research with a cross-sectional and explanatory method. This research is quantitative with sampling data using non-probability judgment sampling criteria, targeting customers who have used Lion Air within the past year. Data collection involved distributing online questionnaires to 200 respondents, and the results were analyzed using descriptive statistical analysis and multiple linear regression analysis.*

*Based on the data processing results, it was found that the dimensions of tangible, reliability, assurance, and empathy have a positive and significant impact on the intention to reuse, contributing to 84.2%. Meanwhile, the responsiveness dimension does not significantly influence the intention to reuse Lion Air.*

**Keywords:** *service quality, reuse intention, airlines, Lion Air*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena rahmat dan ridhanya lah penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Pakai Ulang Konsumen Maskapai Penerbangan Lion Air”**. Penyusunan penelitian ini penulis lakukan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan.

Proses penyusunan skripsi ini, penulis tidak luput dari hambatan dan keterbatasan yang dimiliki. Namun, berkat dukungan, bantuan, serta doa yang penulis peroleh dari banyak pihak lingkungan penulis, penulis akhirnya mampu menyelesaikan dan mengatasi segala kendala yang penulis hadapi hingga pada akhirnya penyusunan skripsi dapat diselesaikan. Maka dari itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan saya Allah SWT. Terima kasih atas segala nikmat, rahmat, dan menguatkan penulis dalam mengerjakan skripsi ini.
2. Kedua orang tua penulis yakni ayah kandung penulis, Muhammad Nazif, ibu kandung penulis, Herlina Sholihah Achmad, yang selalu mendoakan, memberikan dukungan penuh, mendampingi, serta memberikan nasihat kepada penulis sehingga pada akhirnya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan baik.
3. Yth. Ibu Irsanti Hasyim, S.E., M.S.M, M.Eng., selaku dosen pembimbing penulis yang dengan sabar serta tulus dalam membimbing, mengarahkan, dan membantu penulis dalam penyusunan skripsi.
4. Yth. Ibu Brigita Meylianti Sulungbudi, Ph.D., ASCA., CIPM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan.
5. Yth. Ibu Katlea Fitriani, S.T., M.S.M., CIPM selaku Ketua Program Studi Sarjana Manajemen Universitas Katolik Parahyangan.
6. Yth. Bapak Ivan Prasetya, S.E., M.S.M, M.Eng. selaku dosen wali penulis.
7. Yth. Bapak/Ibu dosen dan staf di Universitas Katolik Parahyangan

8. Dita Regianti, selaku sahabat dan teman satu bimbingan penulis yang selalu memberikan dukungan, motivasi, menghibur, dan selalu menjadi tempat keluh kesah penulis.
9. Muhammad Raihan Irsyad Rinaldi, selaku orang terdekat yang selalu memberikan dukungan melalui caranya sendiri, memotivasi, menghibur, dan selalu menjadi tempat keluh kesah penulis.
10. Sahabat sejak SMP penulis, Shabira, Rani, Cici, Azka, dan Aurrel yang selalu memberikan dukungan, motivasi, menghibur, dan selalu menjadi tempat keluh kesah penulis.
11. Amelinda, Radi dan seluruh teman-teman Manajemen UNPAR angkatan 2019 yang senantiasa menemani masa-masa perkuliahan di Universitas Katolik Parahyangan.
12. Seluruh teman dan keluarga lainnya yang tidak penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan dukungan kepada penulis.
13. Diri sendiri, untuk selalu bertahan, selalu maju, dan berjuang menghadapi segala hambatan dan kendala, dan selalu berusaha memberikan yang terbaik.

Penulis memohon maaf apabila skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Penulis berharap agar karya tulis ini dapat memberikan manfaat baik bagi pembaca, perusahaan, dan pihak lain yang terkait.

Bandung, 9 Januari 2024



Sharfina Reyhana Neysa P



## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	viii
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
1.5 Kerangka Pemikiran .....	12
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA .....	16
2.1 Pengertian Maskapai Penerbangan.....	16
2.2 Pengertian Kualitas Pelayanan .....	16
2.3 Indikator Kualitas Pelayanan.....	17
2.4 Pengertian Niat Pakai Ulang .....	19
2.5 Indikator Niat Pakai Ulang.....	20
2.6 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Pakai Ulang.....	25
BAB 3 METODE DAN OBJEK PENELITIAN .....	29
3.1 Metode dan Jenis Penelitian .....	29
3.2 Teknik Pengumpulan Data .....	30
3.3 Populasi dan Sampel.....	31
3.4 Variabel Penelitian .....	32
3.5 Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	33
3.6 Pengukuran Variabel .....	40

3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	40
3.7.1 Uji Validitas .....	40
3.7.2 Uji Reliabilitas.....	42
3.8 Teknik Analisa Data .....	43
3.8.1 Analisa Deskriptif.....	43
3.8.2 Analisis Regresi Linear Berganda .....	44
3.8.2.1 Uji Asumsi Klasik.....	45
3.8.2.2 Uji Pengaruh Simultan (Uji F).....	46
3.8.2.3 Uji Pengaruh Parsial (Uji t).....	47
3.8.2.4 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	48
3.9 Objek Penelitian .....	48
3.9.1 Unit Analisa.....	48
3.9.2 Profil Perusahaan.....	49
3.10 Profil Responden .....	49
3.10.1 Usia Responden .....	50
3.10.2 Pekerjaan Responden .....	50
3.10.3 Rata-rata Pengeluaran Responden dalam Satu Bulan .....	51
3.10.4 Pengetahuan Responden Mengenai Maskapai Lion Air .....	52
3.10.5 Frekuensi Penggunaan Maskapai Lion Air dalam Tiga Bulan Terakhir.....	53
3.10.6 Penggunaan Maskapai Selain Maskapai Lion Air .....	54
<b>BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>56</b>
4.1 Hasil Analisis Deskriptif Kualitas Pelayanan Maskapai Lion Air .....	56
4.1.1 Hasil Analisis Deskriptif Kualitas Pelayanan Dimensi <i>Tangible</i> Maskapai Lion Air .....	57
4.1.2 Hasil Analisis Deskriptif Kualitas Pelayanan Dimensi <i>Reliability</i> Maskapai Lion Air .....	59

4.1.3 Hasil Analisis Deskriptif Kualitas Pelayanan Dimensi <i>Responsiveness</i> Maskapai Lion Air .....	63
4.1.4 Hasil Analisis Deskriptif Kualitas Pelayanan Dimensi <i>Assurance</i> Maskapai Lion Air .....	65
4.1.5 Hasil Analisis Deskriptif Kualitas Pelayanan Dimensi <i>Empathy</i> Maskapai Lion Air .....	68
4.2 Hasil Analisis Deskriptif Niat Pakai Ulang Maskapai Lion Air .....	71
4.3 Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Niat Pakai Ulang Maskapai Lion Air .....	72
4.3.1 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	72
4.3.1.1 Hasil Uji Normalitas .....	72
4.3.1.2 Hasil Uji Multikolinearitas .....	74
4.3.1.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	75
4.3.2 Analisis Regresi Linear Berganda.....	76
4.3.2.1 Uji Pengaruh Simultan (Uji Statistik F).....	77
4.3.2.2 Uji Pengaruh Parsial (Uji Statistik t) .....	78
4.3.2.3 <i>Excluded Variables</i> .....	81
4.3.2.4 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	82
4.3.2.5 Model Regresi Penelitian.....	82
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN .....	84
5.1 Kesimpulan.....	84
5.2 Saran.....	86
DAFTAR PUSTAKA .....	89
LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN .....	94
LAMPIRAN 2 REKAPITULASI JAWABAN RESPONDEN .....	103
LAMPIRAN 3 DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....	222

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Ulasan Lion Air pada <i>Skytrax Airline Quality</i> .....	7
Tabel 1.2 Hasil <i>Preliminary Research</i> Niat Pakai Ulang Maskapai Lion Air .....	9
Tabel 1.3 Hasil <i>Preliminary Research</i> Terkait Alasan Niat Pakai Ulang Penggunaan Maskapai Lion Air .....	10
Tabel 2.1 Jurnal Mapping Penelitian Terdahulu Terkait Kualitas Pelayanan.....	18
Tabel 2.2 Jurnal Mapping Penelitian Terdahulu Terkait Niat Pakai Ulang.....	21
Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu Terkait Kualitas Produk terhadap Niat Pakai Ulang .....	26
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel Kualitas Pelayanan.....	34
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel Niat Pakai Ulang.....	39
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan dan Niat Pakai Ulang .....	41
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan dan Niat Pakai Ulang.....	42
Tabel 3.5 Interpretasi Rata-Rata Hitung .....	44
Tabel 4.1 Analisis Deskriptif Nilai Rata-Rata Hitung Variabel X (Kualitas Pelayanan).....	56
Tabel 4.2 Analisis Deskriptif Dimensi <i>Tangible</i> .....	57
Tabel 4.3 Review Dimensi <i>Tangible</i> Maskapai Lion Air Pada <i>Tripadvisor</i> .....	59
Tabel 4.4 Analisis Deskriptif Dimensi <i>Reliability</i> .....	60
Tabel 4.5 Review Dimensi <i>Reliability</i> Maskapai Lion Air Pada <i>Tripadvisor</i> .....	62
Tabel 4.6 Analisis Deskriptif Dimensi <i>Responsiveness</i> .....	63
Tabel 4.7 Review Dimensi <i>Responsiveness</i> Maskapai Lion Air Pada <i>Tripadvisor</i> .....	64
Tabel 4.8 Analisis Deskriptif Dimensi <i>Assurance</i> .....	66
Tabel 4.9 Review Dimensi <i>Assurance</i> Maskapai Lion Air Pada <i>Tripadvisor</i> .....	67
Tabel 4.10 Analisis Deskriptif Dimensi <i>Empathy</i> .....	68
Tabel 4.11 Review Dimensi <i>Empathy</i> Maskapai Lion Air Pada <i>Tripadvisor</i> dan <i>Skytrax Airline Quality</i> .....	70
Tabel 4.12 Analisis Deskriptif Niat Pakai Ulang.....	71
Tabel 4.13 Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i> .....	74
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinearitas.....	75

Tabel 4.15 <i>Variables Entered/Removed</i> .....	77
Tabel 4.16 Hasil Uji F.....	78
Tabel 4.17 Hasil Uji t.....	80
Tabel 4.18 <i>Excluded Variables</i> .....	81
Tabel 4.19 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	82

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Maskapai Penerbangan Favorit Responden (November 2022).....	2
Gambar 1.2 10 Maskapai Terburuk di Dunia menurut <i>Bounce Airline</i> <i>Index</i> (2022) .....	3
Gambar 1.3 Berita di Lapangan Terkait <i>Delay</i> Penerbangan Maskapai Lion Air..	4
Gambar 1.4 <i>Ratings</i> dan <i>Reviews</i> Lion Air pada <i>Tripadvisor</i> .....	5
Gambar 1.5 Kerangka Penelitian .....	15
Gambar 3.1 Logo Maskapai Penerbangan Lion Air .....	49
Gambar 3.2 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	50
Gambar 3.3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	51
Gambar 3.4 Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran dalam Satu Bulan .....	52
Gambar 3.5 Profil Responden Mengenai Pengetahuan Mengenai Maskapai Lion Air .....	53
Gambar 3.6 Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Maskapai Lion Air dalam Tiga Bulan Terakhir.....	54
Gambar 3.7 Profil Responden Berdasarkan Penggunaan Maskapai Penerbangan Selain Lion Air .....	55
Gambar 4.1 Histogram Uji Normalitas .....	72
Gambar 4.2 <i>Normal Probability-Plot</i> .....	73
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	76
Gambar 4.4 Model Regresi Penelitian .....	83

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

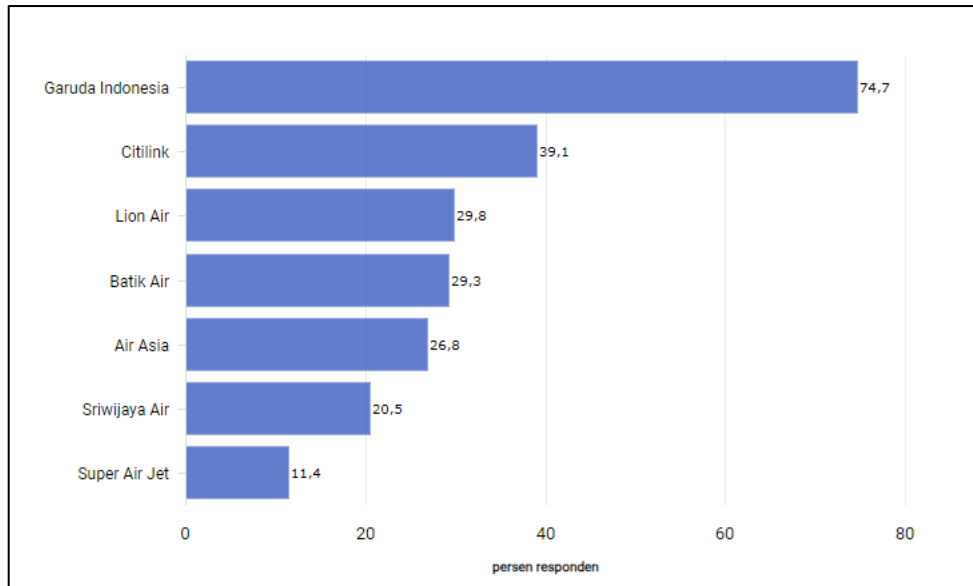
Pada era yang semakin maju ini memenangkan persaingan menjadi kunci keberhasilan bagi para pelaku usaha dalam menawarkan produk tidak terkecuali pada sektor jasa transportasi (Duarte & Herlina, 2020). Menurut KBBI jasa transportasi adalah perbuatan yang memberikan segala sesuatu yang diperlukan orang lain seperti layanan atau servis untuk melakukan pengangkutan ataupun pemindahan barang dan atau manusia dari tempat awal hingga menuju tempat kegiatan transportasi itu berakhir dalam jarak danoda angkutan tertentu yang digunakan sesuai dengan kemajuan teknologi (KBBI, 2023a). Salah satu pemberi jasa transportasi adalah perusahaan penerbangan atau biasa dikenal dengan maskapai penerbangan.

Industri penerbangan di Indonesia saat ini sedang mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Peningkatan ini tercermin dari meningkatnya permintaan masyarakat terhadap layanan transportasi udara. Selain itu, perkembangan industri penerbangan juga tercermin dari jumlah yang cukup banyak dari maskapai penerbangan yang beroperasi saat ini (Sartika & Ayuni, 2017) Sehingga dengan banyaknya jumlah maskapai penerbangan di Indonesia milik pemerintah ataupun swasta menyebabkan persaingan antara maskapai penerbangan menjadi semakin ketat.

Persaingan industri penerbangan di Indonesia sangat kompetitif, di mana tercipta dua segmen jasa penerbangan yaitu maskapai berbasis *low cost carrier* (LCC) dan *full service carrier* (FSC). *Full service carrier* (FSC) adalah maskapai penerbangan yang memberikan pelayanan penuh, seperti katering, koran, atau majalah yang menjadi sebuah keunggulan dalam kategori ini. Maskapai yang termasuk dalam kategori ini adalah Garuda Indonesia, Batik Air, dan Nam Air. Sedangkan, *low cost carrier* adalah maskapai penerbangan yang menawarkan tarif atau biaya yang terjangkau bagi penumpang. Di dalam kategori ini maskapai yang termasuk adalah Air Asia, Lion Air, Wings Air, Citilink, dan Super Air Jet

(Chairani & Rubiyanti, 2021). Pada gambar 1.1 di bawah ini dapat kita lihat maskapai-maskapai penerbangan favorit di Indonesia.

**Gambar 1.1**  
**Maskapai Penerbangan Favorit Responden (November 2022)**



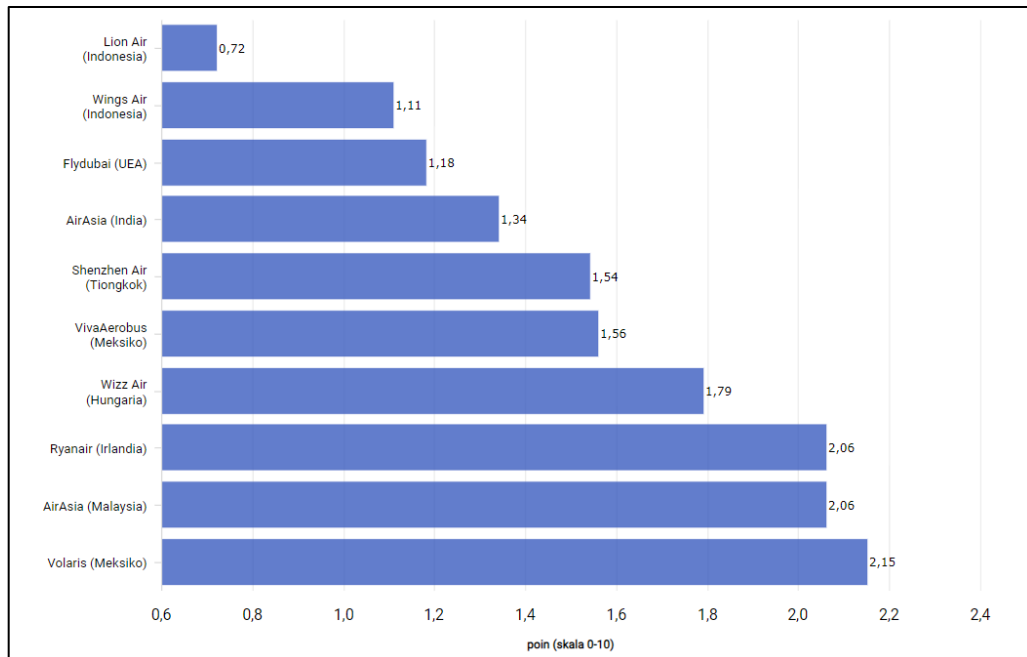
Sumber: databoks, 2023

Menurut gambar di atas maskapai favorit di Indonesia adalah Garuda Indonesia dengan persentase 74,7% dan peringkat selanjutnya diperoleh Citilink dengan angka 39,1%. Kemudian di peringkat ketiga ada Lion Air dengan persentase 29,8% dan dilanjutkan dengan maskapai-maskapai lainnya yaitu Batik Air, Air Asia, Sriwijaya Air, dan Super Air Jet. Persentase tersebut diperoleh melalui indikator nilai ketepatan waktu dan tingkat pembatalan keberangkatan (Annur, 2023). Namun ternyata dari 7 *airlines* favorit di Indonesia, yaitu Lion Air menduduki posisi pertama pada 10 maskapai terburuk di dunia menurut *Bounce Airline Index* pada tahun 2022 dapat dilihat pada gambar 1.2 di bawah ini.



**Gambar 1.2**

**10 Maskapai Terburuk di Dunia menurut *Bounce Airline Index* (2022)**



Sumber: databoks, 2022

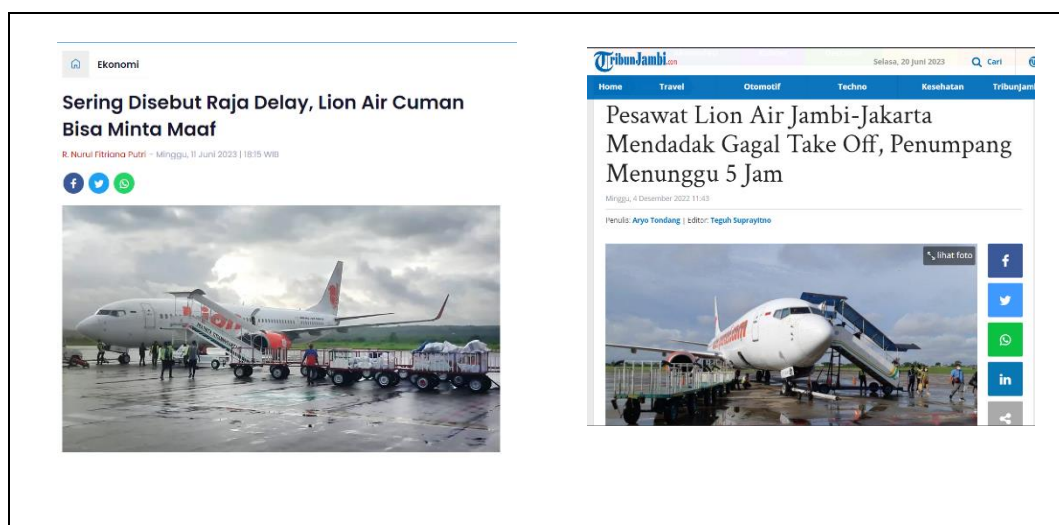
Berdasarkan gambar 1.2 dapat dilihat bahwa ada maskapai dari Indonesia yang memasuki kedudukan pertama dalam 10 maskapai terburuk di dunia, yaitu Lion Air. Maskapai tersebut mendapati nilai paling rendah dari berbagai indikator seperti ketepatan waktu, tingkat pembatalan penerbangan, kualitas makanan dan hiburan dalam pesawat, kualitas pelayanan staf, kenyamanan kursi pesawat, sampai kebijakan bagasi. Maskapai Lion Air memperoleh 0,72 dari total poin 10 dari berbagai indikator tersebut. Posisi kedua diperoleh salah satu maskapai dari Indonesia yaitu Wings Air, selanjutnya posisi ketiga dan selanjutnya diperoleh maskapai-maskapai negara lain (Annur, 2022). Gambar 1.1 dan Gambar 1.2 menjelaskan bahwa maskapai Lion Air adalah sebagai maskapai favorit di Indonesia dan maskapai terburuk di dunia.

Lion Air adalah maskapai berbiaya rendah yang beroperasi sejak Juni tahun 2000. Lion Air menawarkan rute domestik dan internasional yang menghubungkan keduanya Indonesia sendiri dan beberapa negara asing seperti Singapura, Filipina, Malaysia, Australia, India, Jepang dan Arab Saudi. Dengan slogan mereka “*We Make People Fly*” (Hakim et al., 2022) Biaya rendah yang diberikan oleh Lion Air ini menjadi suatu keunggulan bagi maskapai ini.

Berlandaskan fenomena pada Gambar 1.1 dan Gambar 1.2 penulis akhirnya melakukan observasi atas pemberitaan di internet mengenai Lion Air untuk mengetahui lebih lanjut apa yang terjadi di lapangan terkait dengan Lion Air. Dari keseluruhan berita yang diunggah dari tahun ke tahunnya banyak berita yang mengatakan bahwa pesawat Lion Air sering melakukan penundaan keberangkatan dan mendapatkan sebutan “Raja Delay”. Sehingga, akibat dari *delay* tersebut banyak orang yang terpaksa membatalkan acara mereka dikarenakan waktu penerbangan yang tertunda. Selain itu, dijelaskan oleh calon penumpang Lion Air bahwa mereka tidak mendapatkan kompensasi dan juga akomodasi pada saat penundaan penerbangan. Berikut beberapa tangkapan layar pemberitaan mengenai penundaan penerbangan maskapai Lion Air.

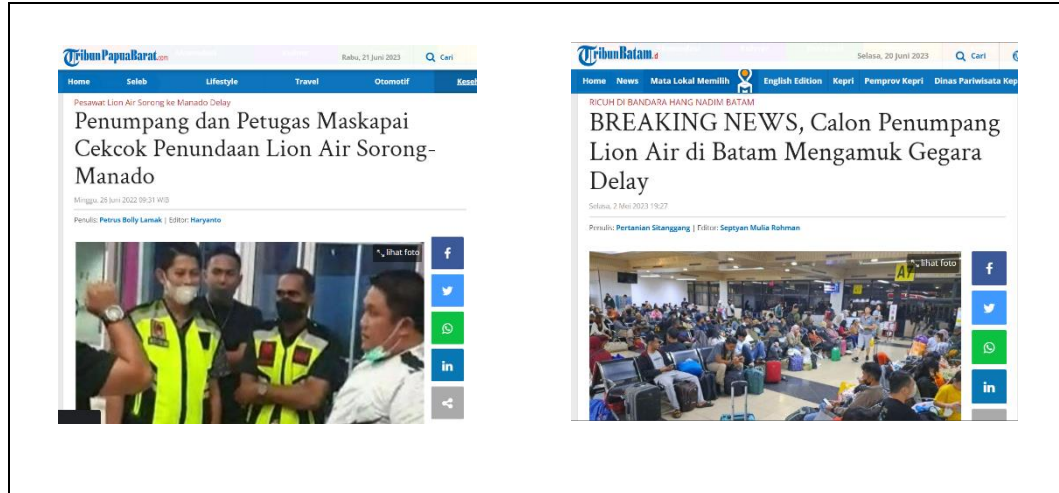
### Gambar 1.3

#### Berita di Lapangan Terkait *Delay* Penerbangan Maskapai Lion Air



### Gambar 1.3

## Berita di Lapangan Terkait *Delay* Penerbangan Maskapai Lion Air (Lanjutan)

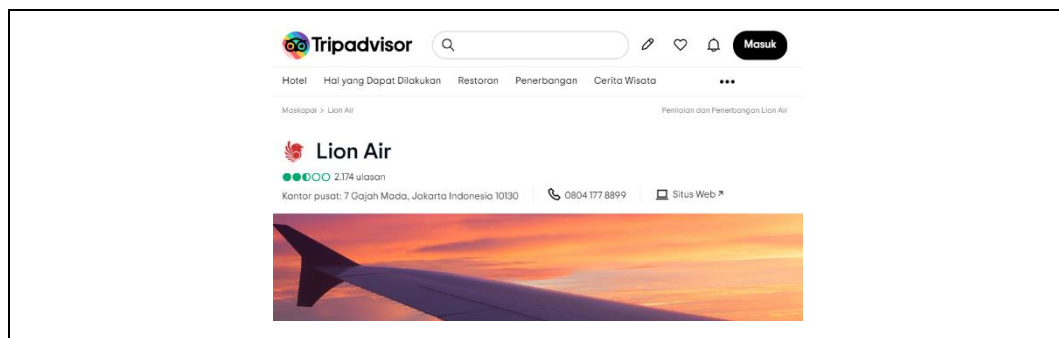


Sumber: TribunBatam.id, TribunPapuabarat.com, TribunJambi.com, JawaPos.com

Observasi lebih lanjut yang dilakukan penulis untuk mengetahui lebih dalam lagi mengenai permasalahan yang terjadi, penulis melakukan observasi pada kualitas *ratings* dan *review* Lion Air pada *Tripadvisor*. Dari keseluruhan *ratings* dan *review* pada *Tripadvisor*, Lion Air memperoleh *ratings* keseluruhan pada angka 2,5 dari total keseluruhan 2.174 ulasan yang tertera pada Gambar 1.4 (*Tripadvisor*, 2023)

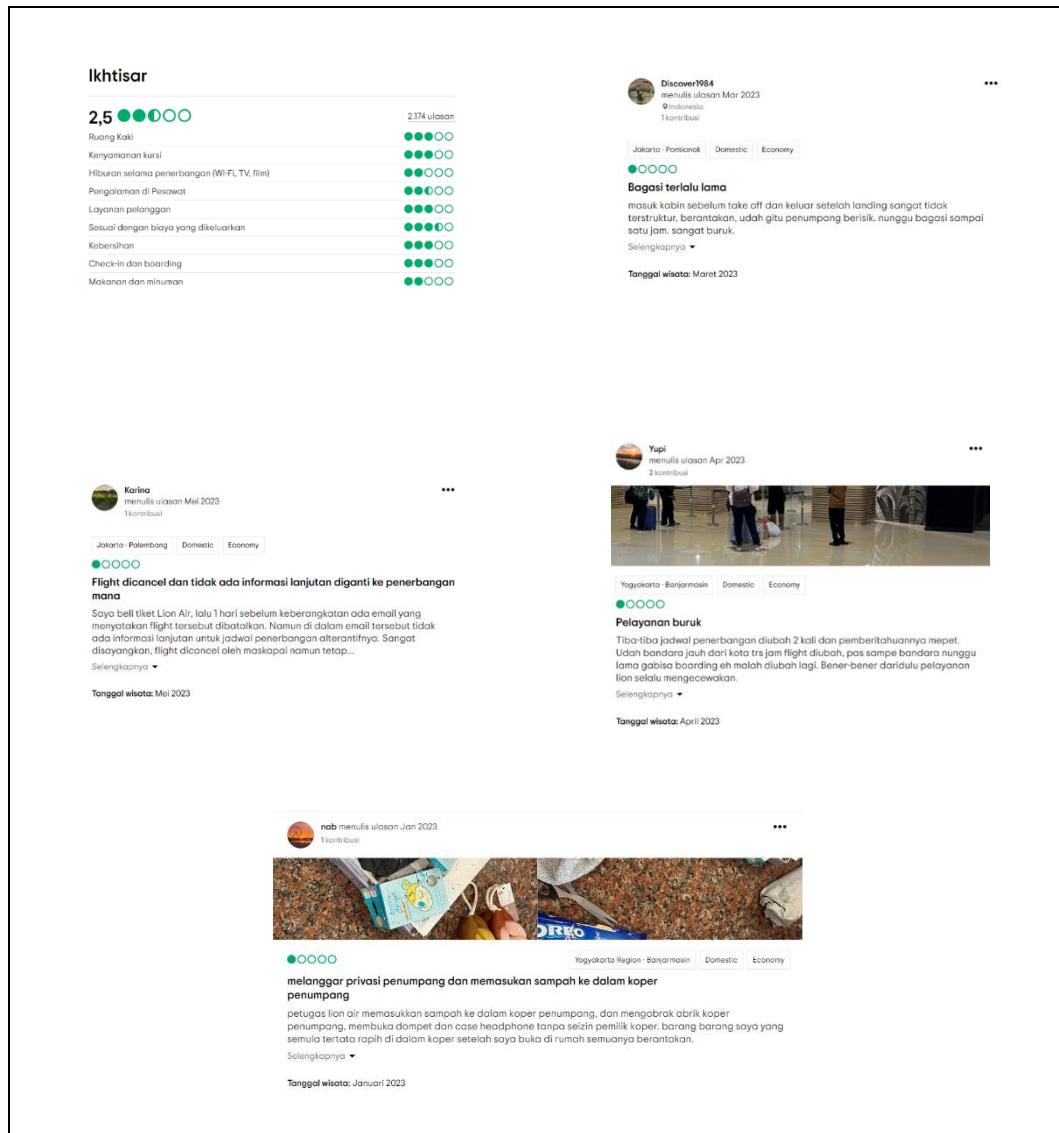
### Gambar 1.4

## *Ratings* dan *Reviews* Lion Air pada *Tripadvisor*



## Gambar 1.4

### *Ratings dan Reviews Lion Air pada Tripadvisor (Lanjutan)*



Sumber: Observasi Penulis pada *Tripadvisor*

Berdasarkan hasil *ratings* dan *review* yang tertera pada *Tripadvisor* mengenai Lion Air pada gambar 1.4, konsumen yang menggunakan maskapai Lion Air menyampaikan berbagai macam keluhan. Di antaranya, tidak ada informasi mengenai jadwal *flight* yang dipercepat atau ditunda, bagasi yang keluar terlalu lama, melanggar privasi penumpang dengan membuka koper penumpang, memasukkan sampah ke dalam koper penumpang, dan pelayanannya lama. Tak

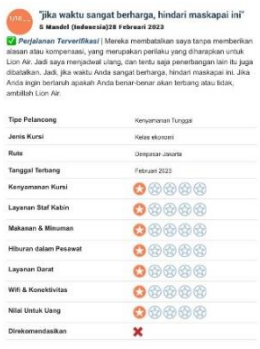

hanya pada *Tripadvisor*, penulis melanjutkan observasi pada *Skytrax Airline Quality*.

**Tabel 1.1**  
**Ulasan Lion Air pada *Skytrax Airline Quality***

Ulasan	Keterangan
<p> <b>"Layanan pelanggan terburuk yang pernah ada"</b> K Pereti (Italia) 31 Mei 2023</p> <p>✓ <b>Perjalanan Terverifikasi</b>   Layanan pelanggan terburuk yang pernah ada! Saya tidak pernah bertemu orang-orang jahat seperti itu, jelas tidak membantu. Kami membeli tiket secara online dan membayarnya, tetapi ketika kami tiba di bandara, mereka memberi tahu kami bahwa kami belum membayar. Ketika kami menunjukkan kepada mereka tanda terima, mereka memberi tahu kami kami membutuhkan waktu lama dari pemesanan tiket hingga pembayaran dan bahwa mereka tidak dapat melakukan apa pun dan hanya menghubungi layanan klien secara online. Kami mengirim sms kepada mereka dan setelah 1 hari masih belum ada jawaban... menurut Anda apakah kami akan mendapatkan uang kami kembali?</p> <p>Tipe Pelancong: Kenyamanan Pasangan          Jenis Kursi: Kelas ekonomi          Rute: Bali-Yogyakarta          Tanggal Terbang: Mei 2023          Kenyamanan Kursi: 1 bintang          Layanan Darat: 1 bintang          Nilai Untuk Uang: 1 bintang          Direkomendasikan: ✗</p>	<p>Layanan pelanggan yang buruk, tidak membantu.</p>
<p> <b>"merekomendasikan untuk menghindari perusahaan ini"</b> Luwesi Bonet (Indonesia) 16 April 2023</p> <p>✓ <b>Perjalanan Terverifikasi</b>   Saya memesan penerbangan dari Denpasar ke Jakarta pada 16 April Perusahaan berubah dari JT31 ke JT25, tidak ada perbedaan jadwal yang besar kemudian mereka mengubah dari JT25 ke JT15, 2 jam kemudian. Jadi saya menggunakan proses perubahan kelas mereka untuk memesan penerbangan lain ID6517 pada waktu yang sama sebagai penerbangan asli saya kemudian mereka memberi tahu saya bahwa penerbangan dibatal karena 2 jam mereka tidak pernah memberikan penjelasan apa pun. Mereka mengeluarkan saya dari JT25 tetapi penerbangan ini tidak dibatalkan jadi saya kira mereka membatalkan kursi saya kepada orang lain. Tidak bantuan mereka tidak pernah menjawab. Saya merekomendasikan untuk menghindari perusahaan ini dan perusahaan sejenis seperti Batik air.</p> <p>Tipe Pelancong: Kenyamanan Tunggal          Jenis Kursi: Kelas ekonomi          Rute: Denpasar-Jakarta          Tanggal Terbang: April 2023          Kenyamanan Kursi: 1 bintang          Layanan Staf Kabin: 1 bintang          Layanan Darat: 1 bintang          Nilai Untuk Uang: 1 bintang          Direkomendasikan: ✗</p>	<p>Penundaan jam penerbangan tanpa memberikan penjelasan apa pun.</p>
<p> <b>"Hindari maskapai ini"</b> Vietto (Swiss) 31 Mei 2023</p> <p>✓ <b>Perjalanan Terverifikasi</b>   Saya memesan penerbangan pagi pertama dengan Lion Air karena saya harus berada di Denpasar pada pukul 10:30 untuk mengejar penerbangan lanjutan. Lion air memindahkan penerbangan ke satu jam kemudian, ini saya akan ketinggalan penerbangan sambungan saya. Mereka memberi saya pemberitahuan 11 jam, dengan email dikirim pada jam 10 malam. Saya akhirnya harus mencapai Bali dengan pengatur darurat melalui feri. Hindari maskapai ini, mereka mengerikan.</p> <p>Tipe Pelancong: Kenyamanan Tunggal          Jenis Kursi: Kelas ekonomi          Rute: Lombok-Bali          Tanggal Terbang: Mei 2023          Nilai Untuk Uang: 1 bintang          Direkomendasikan: ✗</p>	<p>Pemindahan jam penerbangan secara tiba-tiba. Sehingga pelanggan tertinggal penerbangan selanjutnya.</p>

Tabel 1.1

Ulasan Lion Air pada *Skytrax Airline Quality* (Lanjutan)

 <p><b>"jika waktu sangat berharga, hindari maskapai ini"</b>  <b>5 Mandi (Medan) 11 Februari 2022</b>  <b>Pengalaman Terverifikasi</b> Mereka membatalkan saya tanpa memberikan alasan atau kompensasi, yang merupakan perilaku yang diharapkan untuk Lion Air. Jauh saya membayar uang, dan tentu saja penerbangan lain itu juga dibatalkan. Jadi, jika waktu Anda sangat berharga, hindari maskapai ini. Jika Anda ingin berurusan apakah Anda benar-benar akan terbang atau tidak, ambillah Lion Air.</p> <table border="1"> <tr><td>Tipe Pelancong</td><td>Kenyamanan Tunggal</td></tr> <tr><td>Jenis Kursi</td><td>Kelas ekonomi</td></tr> <tr><td>Route</td><td>Ujung Pandang-Jakarta</td></tr> <tr><td>Tanggal Terbang</td><td>Februari 2022</td></tr> <tr><td>Kenyamanan Kursi</td><td>1 star</td></tr> <tr><td>Layanan Staf Kabin</td><td>1 star</td></tr> <tr><td>Makanan &amp; Minuman</td><td>1 star</td></tr> <tr><td>Hiburan dalam Pesawat</td><td>1 star</td></tr> <tr><td>Layanan Darat</td><td>1 star</td></tr> <tr><td>WiFi &amp; Konektivitas</td><td>1 star</td></tr> <tr><td>Nilai Untuk Uang</td><td>1 star</td></tr> <tr><td>Direkomendasikan</td><td>✘</td></tr> </table>	Tipe Pelancong	Kenyamanan Tunggal	Jenis Kursi	Kelas ekonomi	Route	Ujung Pandang-Jakarta	Tanggal Terbang	Februari 2022	Kenyamanan Kursi	1 star	Layanan Staf Kabin	1 star	Makanan & Minuman	1 star	Hiburan dalam Pesawat	1 star	Layanan Darat	1 star	WiFi & Konektivitas	1 star	Nilai Untuk Uang	1 star	Direkomendasikan	✘	<p>Pembatalan penerbangan tanpa memberikan alasan dan kompensasi.</p>
Tipe Pelancong	Kenyamanan Tunggal																								
Jenis Kursi	Kelas ekonomi																								
Route	Ujung Pandang-Jakarta																								
Tanggal Terbang	Februari 2022																								
Kenyamanan Kursi	1 star																								
Layanan Staf Kabin	1 star																								
Makanan & Minuman	1 star																								
Hiburan dalam Pesawat	1 star																								
Layanan Darat	1 star																								
WiFi & Konektivitas	1 star																								
Nilai Untuk Uang	1 star																								
Direkomendasikan	✘																								
 <p><b>"sejauh ini pengalaman terburuk saya"</b>  <b>5 Wahagi (Singapore) 31 Desember 2022</b>  <b>Pengalaman Terverifikasi</b> Mencoba memesan tiket, tetapi terus menerima pesan kesalahan yang mengatakan bahwa perizinan penerbangan tidak berhasil, silakan coba lagi. Setelah mencoba 4 kali akhirnya berhasil. Namun saya dikenakan biaya untuk 4 tiket. Mendapat surat konfirmasi untuk 4 penerbangan tetapi 3 upaya gagal tanpa nomor penerbangan atau apa pun. Juga dikatakan bahwa saya membayar tunai saat dipesan dari kartu debit saya. Frustrasi saya mencoba menghubungi maskapai yang tidak berfungsi dengan baik melalui layanan whatsapp mereka dan juga di bandara mereka. Menulis email tetapi tidak pernah mendapat jawaban. Akhirnya ada yang kofas via chat dengan frase standar silahkan klik link ini untuk refund. Tautan itu adalah tautan ke google translate. Setelah meneliti saya menemukan halaman pengembalian dana. Tetapi agar saya dapat meminta pengembalian uang, saya memerlukan nomor penerbangan yang tidak diberikan kepada saya untuk 3 upaya yang gagal. Oleh karena itu, saya tidak dapat meminta pengembalian dana. Sejauh ini, ini adalah pengalaman terburuk saya.</p> <table border="1"> <tr><td>Tipe Pelancong</td><td>Kenyamanan Keluarga</td></tr> <tr><td>Jenis Kursi</td><td>Kelas ekonomi</td></tr> <tr><td>Route</td><td>Ujung Pandang via Denpasar</td></tr> <tr><td>Tanggal Terbang</td><td>Desember 2022</td></tr> <tr><td>Kenyamanan Kursi</td><td>1 star</td></tr> <tr><td>Layanan Staf Kabin</td><td>1 star</td></tr> <tr><td>Layanan Darat</td><td>1 star</td></tr> <tr><td>Nilai Untuk Uang</td><td>1 star</td></tr> <tr><td>Direkomendasikan</td><td>✘</td></tr> </table>	Tipe Pelancong	Kenyamanan Keluarga	Jenis Kursi	Kelas ekonomi	Route	Ujung Pandang via Denpasar	Tanggal Terbang	Desember 2022	Kenyamanan Kursi	1 star	Layanan Staf Kabin	1 star	Layanan Darat	1 star	Nilai Untuk Uang	1 star	Direkomendasikan	✘	<p>Saat pembelian tiket sempat tidak terverifikasi dan tidak mendapatkan nomor penerbangan. Setelah percobaan selanjutnya berhasil tetapi pemesanan yang sebelumnya tetap terkena biaya. pada saat ingin melakukan proses <i>refund</i> membutuhkan nomor penerbangan tetapi sebelumnya tidak muncul dan saat ingin menghubungi layanan pelanggan tidak di respons.</p>						
Tipe Pelancong	Kenyamanan Keluarga																								
Jenis Kursi	Kelas ekonomi																								
Route	Ujung Pandang via Denpasar																								
Tanggal Terbang	Desember 2022																								
Kenyamanan Kursi	1 star																								
Layanan Staf Kabin	1 star																								
Layanan Darat	1 star																								
Nilai Untuk Uang	1 star																								
Direkomendasikan	✘																								

Sumber: Observasi Penulis pada *Skytrax Airline Quality*

Dapat dilihat pada hasil *review* yang tertera pada tabel 1.1 dan 1.2 berdasarkan *Skytrax Airline Quality* mengenai Lion Air, konsumen yang menggunakan maskapai Lion Air menyampaikan berbagai macam keluhan dan memberikan *rating* buruk. Ulasan yang diberikan oleh pelanggan tidak jauh berbeda dengan ulasan yang tercantum pada *Tripadvisor* yaitu, tidak ada informasi mengenai jadwal *flight* yang dipercepat atau ditunda, pada saat pembelian tiket tidak terverifikasi sudah membayar, hingga memiliki layanan pelanggan untuk masalah informasi mengenai jadwal.

Berdasarkan observasi yang penulis lakukan pada berita, *Tripadvisor* dan *Skytrax Airline Quality*, terdapat beberapa gejala permasalahan yang dialami oleh konsumen. Untuk mendalami lebih hasil observasi yang telah penulis lakukan,

penulis melakukan *preliminary research* berupa wawancara kepada 12 orang yang pernah menggunakan maskapai Lion Air. Tabel 1.3 merupakan tanggapan dari ke 12 orang responden atas kesediaan mereka menggunakan kembali maskapai Lion Air.

**Tabel 1.2**  
**Hasil *Preliminary Research* Niat Pakai Ulang Maskapai Lion Air**

No.	Pertanyaan	Jawaban	Jumlah Responden	Persentase
1.	Apakah anda pernah menggunakan maskapai Lion Air?	Ya	12	100%
		Tidak	0	0%
2.	Apakah anda berniat untuk memakai ulang maskapai Lion Air?	Ya	2	16,7%
		Tidak	10	83,3%

Sumber: Hasil *Preliminary Research* Penulis

Dari tabel 1.2 didapati sebanyak 100% mereka yang pernah menggunakan maskapai Lion Air. Selanjutnya, penulis hanya mengajukan pertanyaan kepada mereka mengenai niat pemakaian ulang menggunakan maskapai Lion Air. Sebanyak 16,7% dari mereka berniat untuk memakai ulang maskapai Lion Air dan 83,3% dari mereka tidak berniat untuk memakai ulang maskapai Lion Air. Dari hasil *preliminary research* tersebut menunjukkan gejala bahwa niat pakai ulang yang cukup rendah. Menurut Schiffman & Kanuk (2018:507) niat beli atau niat pakai bisa diartikan seperti suatu rasa senang pada suatu objek yang memberikan dampak suatu individu bersikeras untuk memperoleh objek terkait dengan cara mengeluarkan biaya menggunakan uang dan/atau pengorbanan. Maka dari itu, penulis melakukan pertanyaan lanjutan mengenai alasan atau penyebab utama dari responden tidak ingin memakai ulang maskapai Lion Air. Berikut merupakan tabel berisikan alasan serta penyebab rendahnya niat pemakaian ulang maskapai Lion Air berdasarkan wawancara yang telah penulis lakukan.

**Tabel 1.3**  
**Hasil *Preliminary Research* Terkait Alasan Niat Pakai Ulang Penggunaan**  
**Maskapai Lion Air**

Alasan Niat Tidak Mau Menggunakan Kembali	Jumlah	Persentase
Jadwal yang sering maju atau mundur	3	25%
Rela membayar lebih untuk maskapai yang lebih baik <i>service</i> -nya	1	8,3%
<i>Customer service</i> yang kurang informatif	2	16,7%
<i>Customer service</i> yang tidak memiliki empati terhadap konsumen	1	8,3%
Riwayat penerbangan yang buruk seperti pesawat jatuh	1	8,3%
<i>Entertainment</i> di dalam pesawat tidak ada	1	8,3%
Kondisi pesawat yang kurang bersih	1	8,3%

Sumber: Hasil *Preliminary Research* Penulis

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa alasan yang disampaikan oleh responden tidak ingin memakai ulang, responden mengatakan bahwa maskapai Lion Air ini memiliki jadwal yang sering dimajukan ataupun dimundurkan. Kemudian, responden mengatakan bahwa responden rela membayar lebih untuk maskapai yang lebih baik *service*-nya. Selanjutnya, responden mengatakan bahwa *customer service* dari maskapai Lion Air yang kurang informatif. Selain itu, pada saat menyampaikan pengaduan kepada *customer service*, bantuan yang diberikan kepada konsumen sama sekali tidak menyelesaikan permasalahan. Responden juga memberikan alasan bahwa mereka tidak ingin memakai ulang dikarenakan riwayat penerbangan sebelumnya yang buruk seperti pesawat jatuh. Selanjutnya, responden tidak ingin menggunakan maskapai ini dikarenakan di dalam pesawat tidak ada



*entertainment on board*. Terakhir, responden mengatakan bahwa kondisi pesawat yang kurang bersih.

Dari jawaban-jawaban di atas respons kekecewaan yang diberikan secara keseluruhan mengarah pada kualitas pelayanan maskapai Lion Air. Kualitas pelayanan menurut Gefen (2002) dalam Efendic & Lajiq (2012) adalah perbandingan subjektif yang dibuat pelanggan antara kualitas layanan yang seharusnya diterima dengan apa yang pada realitanya didapatkan. Berdasarkan kualitas pelayanan *service-quality model*, terdapat dimensi dari suatu kualitas pelayanan, diurutkan dari yang terpenting yaitu *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles* (Parasuraman et al., 1985). Menurut Aditya dalam Duarte & Herlina (2020), kualitas layanan dalam penerbangan dibagi menjadi tiga proses yaitu *pre-flight service quality*, *in-flight quality*, dan *post-flight service quality*. Menurut penelitian terdahulu kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat pemakaian ulang (Wibowo et al., 2013), kualitas layanan memainkan peran yang sangat penting dan berdampak positif pada niat penggunaan kembali penumpang (Wang et al., 2020).

Berdasarkan dari pendalaman pada observasi, wawancara, dan data sekunder yang telah dilakukan oleh penulis mengenai maskapai Lion Air, penulis menemukan adanya permasalahan dalam kualitas pelayanan yang diberikan oleh maskapai Lion Air. Hal ini memberikan dampak terhadap konsumen yang tidak ingin menggunakan kembali maskapai Lion Air yang disebabkan oleh kualitas pelayanan tidak baik yang dirasakan oleh konsumen. Sehingga, penulis tertarik untuk membahas lebih lanjut mengenai “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Niat Pakai Ulang Maskapai Lion Air”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana persepsi konsumen atas kualitas pelayanan (*tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*) maskapai Lion Air?
2. Bagaimana niat pakai ulang maskapai Lion Air?

3. Bagaimana pengaruh antara kualitas pelayanan (*tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*) terhadap niat pakai ulang maskapai Lion Air?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui persepsi konsumen atas kualitas pelayanan (*tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*) maskapai Lion Air.
2. Untuk mengetahui niat pakai ulang maskapai Lion Air.
3. Untuk mengetahui pengaruh antara kualitas pelayanan (*tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*) terhadap niat pakai ulang maskapai Lion Air.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Sesuai dengan maksud dan tujuan penelitian diatas, maka penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara:

1. Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan terhadap ilmu pengetahuan, memperluas pengetahuan mengenai kualitas pelayanan maskapai penerbangan dan pengaruhnya terhadap niat pakai ulang.
2. Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif berupa saran dan evaluasi lebih lanjut yang telah ditinjau dari konsep teori dengan penelitian penulis terhadap Lion Air agar menjadi acuan perusahaan untuk memperhatikan kualitas pelayanan yang berdampak pada niat pakai ulang maskapai Lion Air.
3. Bagi pembaca akademisi, penelitian ini diharapkan mampu memberikan referensi dan sumber informasi bagi pembaca akademisi mengenai kualitas pelayanan suatu maskapai penerbangan, dan pengaruhnya terhadap niat pakai ulang konsumen.

### **1.5 Kerangka Pemikiran**

Seiring kemajuan teknologi yang semakin pesat, manusia diharapkan untuk terus berkembang dan mengikuti perkembangan zaman. Penggunaan transportasi udara telah menjadi umum di masyarakat saat ini. Kelebihan dari transportasi udara terletak pada kecepatannya yang lebih tinggi dibandingkan dengan metode

transportasi lain, memungkinkan perjalanan cepat, efisien, dan nyaman ke daerah-daerah yang berjarak jauh. Salah satu, perusahaan yang bergerak di bidang transportasi udara adalah PT. Lion Mentari Airlines. Perusahaan ini memiliki beberapa maskapai penerbangan, salah satunya adalah Lion Air. Mengingat bahwa Lion Air ini bergerak dalam bidang jasa, maka perlu memiliki kualitas yang baik untuk konsumen. Kualitas pelayanan yang baik memberikan pengaruh yang baik untuk perusahaan agar mampu bertahan dan tetap menjadi kepercayaan pelanggan. Mengingat bahwa masyarakat membutuhkan mobilitas untuk bepergian jarak jauh dengan waktu yang cepat, maskapai penerbangan sangat dibutuhkan. Maka dari itu, perlu adanya peningkatan kualitas pelayanan maskapai Lion Air sehingga dapat meningkatkan niat pakai ulang maskapai Lion Air untuk masyarakat memenuhi kebutuhannya.

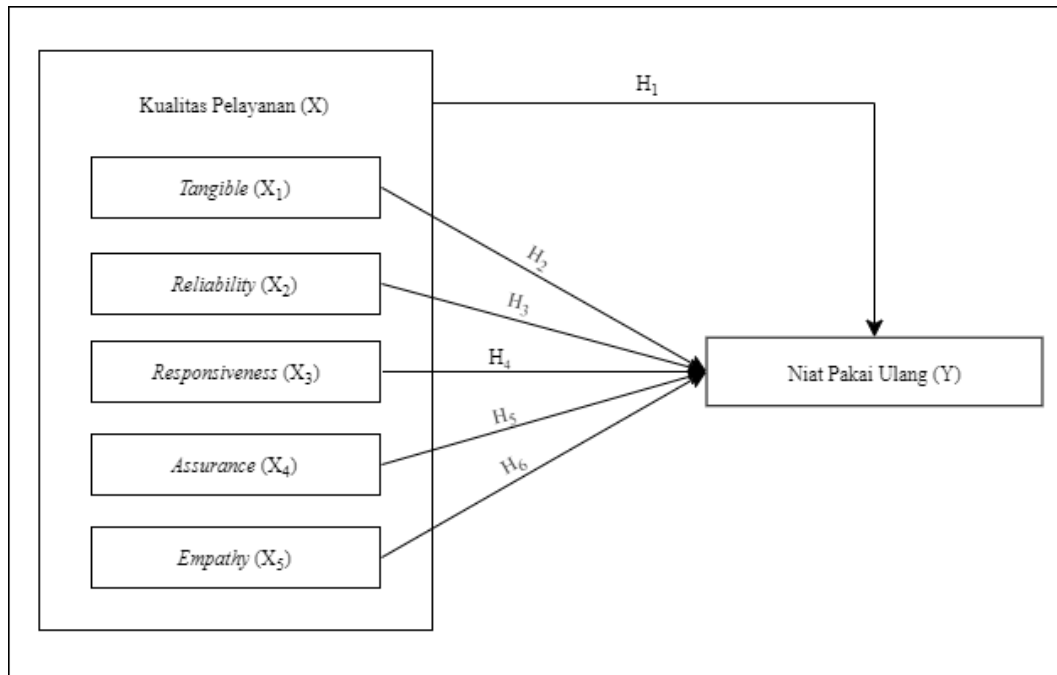
Kualitas pelayanan merupakan upaya yang dilakukan oleh perusahaan dalam bentuk yang tidak bersifat fisik namun dapat dirasakan oleh konsumen. Pengukuran kualitas pelayanan dapat dilakukan dengan melihat bagaimana konsumen menerima layanan tersebut dalam memenuhi kebutuhan dan harapannya. Kualitas sendiri memiliki arti keseluruhan fitur dan karakteristik produk atau jasa yang dinyatakan atau tersirat (Kotler & Keller, 2016:156). Sedangkan, pelayanan merujuk pada segala tindakan atau pekerjaan yang dapat disediakan oleh satu entitas kepada entitas lainnya, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apa pun (Kotler & Keller, 2016:452). Oleh karena itu, dapat disimpulkan dari definisi tersebut bahwa keberhasilan suatu produk atau layanan dapat diukur berdasarkan kemampuannya untuk memenuhi atau bahkan melebihi harapan konsumen (Kotler & Keller, 2016).

Dimensi yang dimiliki oleh kualitas pelayanan menurut Kotler & Keller (2016:441), yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Pertama, *tangibles* merupakan penampilan dari fasilitas fisik, peralatan, pegawai, dan alat komunikasi. Kedua, *reliability* merupakan kemampuan untuk menunjukkan pelayanan yang dijanjikan secara akurat dan dapat diandalkan. Ketiga, *responsiveness* adalah kemampuan untuk membantu serta menyenangkan konsumen dengan menyediakan pelayanan yang cekatan. Selanjutnya ada *assurance* yang dimana merupakan pengetahuan dan rasa hormat dari pegawai serta

kemampuannya untuk meyakinkan kepercayaan dan keyakinan. Terakhir, *empathy* adalah penyediaan perhatian dan kepedulian secara individu terhadap konsumen.

Kualitas pelayanan memiliki peran yang penting dalam niat pakai ulang penggunaan maskapai penerbangan. Hal ini didukung dengan beberapa penelitian terdahulu. Menurut Canming & Jianjun (2011) mengatakan bahwa niat pakai ulang dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Niat untuk menggunakan kembali merujuk pada keinginan dalam diri pelanggan untuk melakukan pembelian ulang produk atau jasa dari perusahaan yang sama, yang didasarkan pada evaluasi kinerja produk atau jasa sesuai dengan harapan pelanggan menurut Hellier et al. (2003) dalam Firmansyah (2020). Newman dan Weber (1973) dalam Choi & Sun (2016) mengatakan bahwa secara empiris membuktikan bahwa jika pengguna tidak puas dengan suatu layanan karena kualitas layanan lebih rendah dari harapannya, maka kemungkinan untuk menggunakan kembali layanan tersebut mungkin jauh lebih rendah. Maka dari itu, Lion Air sebagai perusahaan jasa maskapai penerbangan perlu menjaga kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen untuk mempertahankan niat pakai ulang konsumen yang menggunakan Lion Air. Sehingga, pada penelitian ini ingin dikembangkan seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap niat pakai ulang konsumen menggunakan Lion Air untuk maskapai penerbangan yang akan mereka gunakan kembali. Dari dasar penelitian tersebut terbuatlah model kerangka penelitian sebagai berikut:

**Gambar 1.5**  
**Kerangka Penelitian**



Sumber: Olahan Penulis

Berdasarkan kerangka penelitian yang dibuat, maka penelitian ini dapat dibuat hipotesis sebagai berikut:

H<sub>1</sub>: Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap niat pakai ulang.

H<sub>2</sub>: Dimensi *tangibles* berpengaruh positif terhadap niat pakai ulang maskapai penerbangan Lion Air.

H<sub>3</sub>: Dimensi *reliability* berpengaruh positif terhadap niat pakai maskapai penerbangan Lion Air.

H<sub>4</sub>: Dimensi *responsiveness* berpengaruh positif terhadap niat pakai ulang maskapai penerbangan Lion Air.

H<sub>5</sub>: Dimensi *assurance* berpengaruh positif terhadap niat pakai ulang maskapai penerbangan Lion Air.

H<sub>6</sub>: Dimensi *empathy* berpengaruh positif terhadap niat pakai ulang maskapai penerbangan Lion Air.