

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN PADA MASKAPAI**

LION AIR JAKARTA

PROYEK AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan Program Diploma IV

Program Studi Manajemen Bisnis Perjalanan

Politeknik Pariwisata NHI Bandung



Disusun oleh:

Intan Fauzia

201721856

PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS PERJALANAN

JURUSAN PERJALANAN

POLITEKNIK PARIWISATA NHI

BANDUNG

2022

LEMBAR PENGESAHAN

"PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA MASKAPAI LION AIR JAKARTA"

NAMA : INTAN FAUZIA
NIM : 201721856
JURUSAN : PERJALANAN
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN BISNIS PERJALANAN

Pembimbing Utama,



Indriyani Handiyastuti, S.I.Kom., M.Sc., CHE., CEE

NIP. 19800121 200502 2 001

Pembimbing Pendamping,



Dr. R. Kusherdiana, M.Pd., CIOaR

NIP. 19640630 198703 1 001

Bandung, Juni 2022

Mengetahui,

Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerjasama,

Dr. ER. Ummi Kalsum, MM.Par., CHM., CHRMP.

NIP. 19730723 199503 2 001

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN

PROYEK AKHIR


"PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA
MASKAPAI LION AIR JAKARTA"

NAMA : Intan Fauzia
NIM : 201721856
PROGRAM STUDI : Manajemen Bisnis Perjalanan

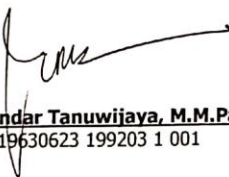
Pembimbing Utama,


Indriyani Handiyastuti, S.T.Kom., M.Sc., CHE., CEE
NIP. 19800121 200502 2 001


Pembimbing Pendamping,


Dr. R. Kusherdyana, M.Pd. CIQaR
NIP. 19640630 198703 1 001

Penguji I,


Drs. Linandar Tanuwijaya, M.M.Par.
NIP. 19630623 199203 1 001

Penguji II,


Drs. Odang Rusmana, M.M.Par
NIP. 19620730 198803 2 001

Bandung, 22 Agustus 2022

Mengetahui,

Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerja Sama

Dr. ER. Ummi Kalsum, MM. Par., CHRMP.
19730723 199503 2 001

Menyetujui,

Direktur Politeknik NHI Bandung



Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc
NIP. 19710506 199803 1 001

PERNYATAAN MAHASISWA

SURAT PERNYATAAN

PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Inean Fauzia
Tempat/Tanggal Lahir : Tasikmalaya, 10 Agustus 1997
NIM : 201921846
Program Studi : Manajemen Bisnis Pengalangan
Jurusan : Pengalangan

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir/Proyek Akhir yang berjudul:
"PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN PADA MASKAPAI LION AIR JAKARTA"
Ini adalah merupakan hasil karya dan hasil penelitian saya sendiri, bukan merupakan hasil penjiplakan, pengutipan, penyusunan oleh orang atau pihak lain atau cara-cara lain yang tidak sesuai dengan ketentuan akademik yang berlaku di Politeknik Pariwisata NHI Bandung dan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan kecuali arahan dari Tim Pembimbing.
2. Dalam Tugas Akhir/Proyek Akhir ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang atau pihak lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan sumber, nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Surat Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, apabila dalam naskah Tugas Akhir/Proyek Akhir ini ditemukan adanya pelanggaran atas apa yang saya nyatakan di atas, atau pelanggaran atas etika keilmuan, dan/atau ada klaim terhadap keaslian naskah ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini dan sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Politeknik Pariwisata NHI Bandung ini serta peraturan-peraturan terkait lainnya.
4. Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, 26 Juni 2022



Inean Fauzia

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen, kualitas layanan, dengan menggunakan model AIRQUAL yang terdiri dari lima dimensi (*Airline Tangible, Terminal Tangible, Personnel Service, Empathy, dan Airline Image*) terhadap variabel dependen, loyalitas pelanggan, yang terdiri dari dua dimensi (*loyalitas sikap/attitudinal loyalty dan loyalitas sikap/behavioural loyalty*) pada Maskapai Lion Air Jakarta. Penelitian ini mengimplementasikan metode kuantitatif deskriptif dan penyebaran kuesioner dilakukan sebagai alat pengumpulan data dari responden. Sampel penelitian ini terdiri dari pelanggan yang telah menggunakan jasa layanan Maskapai Lion Air sebanyak minimal dua kali dalam kurun waktu tahun 2020 hingga 2022 dengan bandara kedatangan atau keberangkatan Soekarno – Hatta. Setelah melalui tahapan pengecekan data, total 96 responden berpartisipasi pada penelitian ini. Data yang telah dikumpulkan kemudian diolah dengan metode regresi linear sederhana menggunakan bantuan perangkat lunak program SPSS 25. Berdasarkan hasil analisis data, dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan berpengaruh sebesar 39,9% terhadap loyalitas pelanggan.

Kata kunci: Kualitas Layanan, Loyalitas Pelanggan, AIRQUAL, Attitudinal Loyalty, Behavioural Loyalty

ABSTRACT

This study was conducted to determine the effect of independent variable, service quality, using the AIRQUAL model, which consists of five dimensions (Airline Tangible, Terminal Tangible, Personnel Service, Empathy, and Airline Image) on dependent variable, customer loyalty, which consists of two dimensions (attitudinal loyalty and behavioral loyalty) on Lion Air Jakarta Airlines. This study implements descriptive quantitative methods, and questionnaires are distributed as a means of collecting data from respondents. The sample of this research consists of customers who have used the services of Lion Air Airlines at least twice in the period from 2020 to 2022 with Soekarno-Hatta as arrival and departure airports. A total of 96 respondents participated in this study after going through the data checking stage. The data that has been collected then processed using a simple linear regression method using the SPSS 25 software program. Based on the results of data analysis, it can be concluded that service quality has an effect of 39.9% on customer loyalty.

Keywords: Service Quality, Customer Loyalty, AIRQUAL, Attitudinal Loyalty, Behavioral Loyalty

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas karunia dan nikmat Allah SWT, sehingga penulis dapat menyelesaikan Proyek Akhir dengan judul “**Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Maskapai Lion Air Jakarta**”. Proyek Akhir ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan pada program Diploma IV Program Studi Manajemen Bisnis Perjalanan, Politeknik Pariwisata NHI Bandung.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan proyek akhir ini tidak akan selesai tanpa dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Andar Danova Goeltom, S.Sos., M.Sc, selaku Direktur Politeknik Pariwisata NHI Bandung
2. Ibu Dr. ER. Ummi Kalsum, S.Sos., MM.Par., CHRMP selaku Kepala Bagian Administrasi Akademik dan Kemahasiswaan
3. Bapak Marsianus Raga, SST.Par.,MM.Par selaku Ketua Jurusan Perjalanan
4. Bapak Wishnu Hartanto, S.H, selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Perjalanan
5. Ibu Indriyani Handyastuti, S.I.Kom.,M.Sc.,CHE selaku Dosen Pembimbing I
6. Bapak Dr. R. Kuserdyana, M.Pd, CIQaR selaku Dosen Pembimbing II
7. Bapak Danang Mandala Prihantoro, selaku Corporate Communications Strategic of Lion Air Group
8. Keluarga yang selalu memberikan dukungan moril dan materi
9. Teman-teman Manajemen Bisnis Perjalanan 2018 yang banyak membantu memberikan dukungan dan semangat dalam menyusun Proyek Akhir ini.

Penulis menyadari akan kekurangan, kekeliruan pengetikan, dan keterbatasan pengetahuan dalam Penyusunan Proyek Akhir ini. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka terkait penerimaan kritik dan saran agar Proyek Akhir ini dapat lebih baik lagi.

Bandung, 19 Juni 2022

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
MOTTO	ii
PERSEMBAHAN.....	iii
PERNYATAAN MAHASISWA.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
A. Kajian Teori	10
1. Loyalitas Pelanggan.....	10
2. Kualitas Layanan	14
a. Airline Tangible.....	16
b. Terminal Tangible	17
c. Personnel Service	17
d. Empathy.....	18
e. Airline Image.....	18

3.	Pengaruh Kualitas Layanan dan Loyalitas Pelanggan.....	19
B.	Kerangka Pemikiran	20
BAB III METODE PENELITIAN		21
A.	Pendekatan Penelitian.....	21
B.	Objek Penelitian.....	21
C.	Populasi dan Sampel.....	23
D.	Metode Pengumpulan Data.....	25
	1. Alat dan Teknik Pengumpulan Data.....	25
	2. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	27
E.	Definisi Operasional Variabel	31
F.	Analisis Data.....	36
G.	Jadwal Penelitian	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		41
A.	Hasil	41
B.	Pembahasan	60
BAB V SIMPULAN DAN REKOMENDASI		72
A.	Simpulan	72
B.	Rekomendasi.....	73
DAFTAR PUSTAKA		76
LAMPIRAN.....		82

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1. JUMLAH PENUMPANG DOMESTIK MASKAPAI PENERBANGAN NASIONAL	6
GAMBAR 2. REVIEW PELANGGAN LION AIR.....	7
GAMBAR 3. LOGO LION AIR	22
GAMBAR 4. GARIS KONTINUM VARIABEL KUALITAS LAYANAN	53
GAMBAR 5. GARIS KONTINUM VARIABEL LOYALITAS PELANGGAN	56

DAFTAR TABEL

TABEL 1. UJI VALIDITAS INSTRUMEN VARIABEL KUALITAS LAYANAN (X).....	28
TABEL 2. UJI VALIDITAS INSTRUMEN VARIABEL LOYALITAS PELANGGAN (Y)....	29
TABEL 3. UJI RELIABILITAS VARIABEL KUALITAS LAYANAN.....	31
TABEL 4. UJI RELIABILITAS VARIABEL LOYALITAS PELANGGAN.....	31
TABEL 5. MATRIKS OPERASIONAL VARIABEL.....	33
TABEL 6. UKURAN KOEFISIEN.....	38
TABEL 7. JADWAL PENELITIAN.....	39
TABEL 8. DIMENSI <i>AIRLINE TANGIBLE</i>	45
TABEL 9. DIMENSI <i>TERMINAL TANGIBLE</i>	46
TABEL 10. DIMENSI <i>PERSONNEL SERVICE</i>	48
TABEL 11. DIMENSI <i>EMPATHY</i>	50
TABEL 12. DIMENSI <i>AIRLINE IMAGE</i>	51
TABEL 13. REKAPITULASI PENILAIAN RESPONDEN TERHADAP VARIABEL KUALITAS LAYANAN.....	52
TABEL 14. DIMENSI LOYALITAS SIKAP	53
TABEL 15. DIMENSI LOYALITAS PERILAKU.....	55
TABEL 16. REKAPITULASI PENILAIAN RESPONDEN TERHADAP VARIABEL LOYALITAS PELANGGAN.....	56
TABEL 17. HASIL UJI NORMALITAS.....	57
TABEL 18. HASIL UJI REGRESI LINEAR SEDERHANA.....	58
TABEL 19. HASIL UJI KORELASI	59
TABEL 20. KOEFISIEN DETERMINASI.....	59

DAFTAR PUSTAKA

a. Sumber dari Jurnal

- 1) Aksoy, S., Atilgan, E., & Akinci, S. (2003). Airline services marketing by domestic and foreign firms: differences from the customers' viewpoint. *Journal of Air Transport Management*, 345-351.
- 2) Ali, F., Dey, B. L., & Filieri, R. (2015). An Assessment of Service Quality and Resulting Customer Satisfaction in Pakistan International Airlines. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 486 - 502.
- 3) Amiruddin, N. H. (2013). PRICE, SERVICE QUALITY AND CUSTOMER LOYALTY: A CASE OF AIR ASIA. *South East Asia Journal of Contemporary Business, Economics and Law*, 34-40.
- 4) Bowen, J. T., & Shoemaker, S. (1998). Loyalty : A Strategic Commitment. *Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 12-25.
- 5) Calisir, N., Basak, E., & Calisir, F. (2016). Key Drivers of Passenger Loyalty: A Case of Frankfurte Istanbul Flights. *Journal of Air Transport Management*, 211-215.
- 6) Cronin, J. J., & Taylor, S. A. (1992). Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension. *Journal of Marketing*, 55-68.
- 7) Curry, N., & Gao, Y. (2012). Low Cost Airlines - A New Customer Relationship? An Analysis of Service Quality, Service Satisfaction, and Customer Loyalty in a Low Cost Setting. *Service Marketing Quartely*, 104 - 118.
- 8) Dick, A. S., & Basu, K. (1994). Customer Loyalty: Toward an Integrated Conceptual Framework. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 99-113.

- 9) Ekiz, E., Hussain, K., & Bavik, A. (2006). Perceptions of service quality in North Cyprus national airline. *Creating Customer Value in Tourism and Hospitality Industry*, 778-790.
- 10) Farooq, M. S., Salam, M., Fayolle, A., Jaafar, N., & Ayupp, K. (2018). Impact of Service Quality on Customer Satisfaction in Malaysia Airlines : A PLS - SEM Approach. *Journal of Air Transport Management*, 169-180.
- 11) Hussain, R., Nasser, A. A., & Hussain, Y. K. (2014). Service quality and customer satisfaction of a UAE-based airline: An empirical investigation. *Journal of Air Transport Management*, 1-9.
- 12) Jiang, H. (2013). Service quality of low-cost long-haul airlines e The case of Jetstar Airways and AirAsia X. *Journal of Air Transport Management*, 20-24.
- 13) Jones, P., & Comfort, D. (2020). The COVID-19 Crisis, Tourism and Sustainable Development. *Athens Journal of Tourism 2020*, 119.
- 14) Kandampully, J., & Suhartanto, D. (2000). Customer Loyalty in the Hotel Industry : The Role of Customer Satisfaction and Image. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 346 - 351.
- 15) Liu, C.-H. S., & Lee, T. (2016). Service Quality and Price Perception of Service: Influence on Word-of-Mouth and Revisit Intention. *Journal of Air Transport Management*, 44.
- 16) Mikulic, J., & Prebezac, D. (2011). What drives passenger loyalty to traditional and low-cost airlines? A formative partial least squares approach. *Journal of Air Transport Management*, 237-240.
- 17) Nadiri, H., Hussain, K., Ekiz, E. H., & Erdogan, S. (2008). An investigation on the factors influencing passengers' loyalty in the North Cyprus national airline. *The TQM Journal*, 265-280.

- 18) Namukasa, J. (2013). The influence of airline service quality on passenger satisfaction and loyalty : The case. *The TQM Journal*, 520-532.
- 19) Oliver, R. L. (1999). Whence Consumer Loyalty. *Journal of Marketing*, 33 - 44.
- 20) Philip, K., Keller, K. L., Ang, S. H., Tan, C. T., & Leong, S. M. (2018). Creating Customer Value, Satisfaction, and Loyalty. In K. Philip, K. L. Keller, S. H. Ang, C. T. Tan, & S. M. Leong, *Marketing Management : An Asian Perspective* (pp. 144-171). United Kingdom: Pearson Education Limited.
- 21) Rajaguru, R. (2016). Role of Value for Money and Service Quality on Behavioural Intention : A Study of Full Service and Low Cost Airlines. *Journal of Transport Management*, 114 - 122.
- 22) Robledo, M. A. (2001). Measuring and managing service quality: integrating customer expectations. *Managing Service Quality*, 22-31.
- 23) Saini, S., & Singh, J. (2020). A Link Between Attitudinal and Behavioral Loyalty of Service Customers. *Business Perspectives and Research*, 1-11.
- 24) Setyowati, E., & Wiyadi. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Pemeditasi. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*, 103.
- 25) Shen, C., & Yahya, Y. (2021). The Impact of Service Quality and Price on Passengers' Loyalty Towards Low-Cost Airlines: The Southeast Asia's Perspective. *Journal of Air Transport Management*, 1-4.
- 26) Tsafarakis, S., Kokotas, T., & Pantouvakis, A. (2018). A multiple criteria approach for airline passenger satisfaction measurement and service quality improvement. *Journal of Air Transport Management*, 1-2.

27) Wilson, N. (2018). The Impact of Service Quality and Brand Image Toward Customer Loyalty in the Indonesian Airlines Industry. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 222-234.

b. Sumber dari Majalah dan Surat Kabar

- 1) Curley, A., Dichter, A., Krishnan, V., Riedel, R., & Saxon, S. (2020, April 22). Retrieved March 12, 2022, from McKinsey & Company: <https://www.mckinsey.com/industries/travel-logistics-and-infrastructure/our-insights/coronavirus-airlines-brace-for-severe-turbulence>
- 2) Mufti, R. R. (2020, March 27). *Indonesian Airlines Carry Out Layoffs to Cope With COVID-19 Pressures*. Retrieved March 28, 2022, from The Jakarta Post: <https://www.thejakartapost.com/news/2020/03/27/indonesian-airlines-carry-out-layoffs-to-cope-with-covid-19-pressures.html>
- 3) Mufti, R. R. (2020, March 27). *The Jakarta Post*. Retrieved March 12, 2022, from The Jakarta Post: <https://www.thejakartapost.com/news/2020/03/27/indonesian-airlines-carry-out-layoffs-to-cope-with-covid-19-pressures.html>
- 4) Puspa, A. W. (2022, February 10). *Ekonomi Bisnis*. Retrieved March 12, 2022, from Ekonomi Bisnis: <https://ekonomi.bisnis.com/read/20220210/98/1499088/prospek-maskapai-lcc-di-indonesia-saat-pandemi-untung-atau-buntung>
- 5) Suheriadi. (2019, April 11). Retrieved March 22, 2022, from Info Bank News: <https://infobanknews.com/inilah-brand-brand-peraih-better-brand-awards-2019/>
- 6) Winanto, A., & Kurniawan, D. (2021, May 28). *VOI.id*. Retrieved March 12, 2022, from VOI.id: <https://voi.id/en/economy/54807/low-cost-carrier->

airline-business-opportunities-to-soar-in-the-era-of-the-covid-19-pandemic

c. Sumber dari Buku

- 1) Ghozali, I. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS (Edisi Kedua)*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro.
- 2) Griffin, J. (2005). Customer Loyalty : Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan. In J. Griffin, *Loyalitas Pelanggan : Jalan untuk Mendapatkan Berbagai Hasil yang Menyenangkan* (pp. 1-16). Jakarta: Erlangga.
- 3) Sarwono, J. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- 4) Sarwono, J. (2018). *Statistik Untuk Riset Skripsi*. Yogyakarta: ANDI.
- 5) Silalahi, U. (2009). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT Refika Aditama.
- 6) Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- 7) Sinambela, L. P., & Sinambela, S. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Depok: PT RajaGrafindo Persada.
- 8) Sugiyono. (2013). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- 9) Sugiyono, & Susanto, A. (2015). *Cara Mudah Belajar SPSS & Lisrel*. Bandung : Alfabeta.
- 10) Widiaworo, E. (2019). *Menyusun Penelitian Kuantitatif Untuk Skripsi dan Tesis*. Yogyakarta: Araska Publisher.

d. Sumber dari Buku Online

- 1) Brotherton, B. (2008). *Researching Hospitality and Tourism*. London: SAGE Publications Ltd.

- 2) Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design (Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches)*. London: SAGE Publications, Inc.
- 3) Dwyer, L., Gill, A., & Seetaram, N. (2012). *Handbook of Research Method in Tourism Quantitative and Qualitative Approaches*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing Ltd.
- 4) Fitzsimmons, J. A., & Fitzsimmons, M. A. (2010). *Service Management: Operations, Strategy, Information Technology*. New York: McGraw-Hill.
- 5) Hariyadi, S., Ningsih, A., & Away, J. L. (2018). The Effect of Effect of Store Image and Store Location on Purchase Decision and Customer Loyalty of Modern Retails in the City of Samarinda. *International Journal of Scientific & Technology Research* , 15.
- 6) Simarmata. (2021). *Manajemen Perilaku Konsumen dan Loyalitas*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- 7) Wu, C. L. (2010). *Airline Operations and Delay Management*. Surrey: Ashgate Publishing Limited.