

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MASKAPAI LION AIR DI BANDAR UDARA INTERNASIONAL SULTAN HASANUDDIN MAKASSAR

Pembimbing: Kifni Yudianto,S.E,M.M.

Penulis:

Sukma Dewi Ramadhani

INTISARI

Kualitas pelayanan adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan, yang memenuhi atau melebihi harapan (Tjiptono,2006). Harga adalah satu-satunya elemen yang menghasilkan pendapatan. Harga merupakan salah satu elemen yang fleksibel, karenanya harga dapat berubah sewaktu-waktu. Alasan yang mendasari pemilihan objek penilitian ini adalah makapai Lion Air merupakan salah satu maskapai yang menawarkan jasa pelayanan yang kurang berkualitas dan mengutamakan biaya penambahan pada bagasi berbayar dan strategi promosi dengan harga tiket yang bersaing. Harga yang di tawarkan makapai Lion Air belum memenuhi kepuasan ketika melakukan penerbangan bersama makapai Lion Air. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui adanya pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan secara simultan di maskapai Lion Air di Bandar Udara Internasional Sultan Hasanuddin Makassar.

Desain Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Dengan teknik pengumpulan data menggunakan Kuesioner dan dokumentasi, sehingga teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik Random sampling dengan responden sebanyak 50 responden Pengelolahan data menggunakan analisis regresi linear sederhana melalui SPSS V.15.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Ho Ditolak dan Ha diterima dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Maskapai Lion Air di Bandar Udara Internasional Sultan Hasanudin Makasar. hasil uji T menunjukkan bahwa antara variable kualitas pelayanan dan harga memiliki nilai signifikan variabel kualitas pelayanan (X_1) sebesar 0,029 lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05. Hasil di atas dapat disimpulkan hasil uji F di atas menunjukkan bahwa nilai signifikan sebesar 0,007 lebih kecil dari 0,05. Hasil dari koefisien determinasi menunjukkan bahwa nilai R Square sebesar 0,235 yang didapat dari penjumlahan antara $R = 0,485 + 0,485 = 0,235$. Yang memiliki arti bahwa terdapat pengaruh variabel kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan sebesar 23.5 %.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Pelanggan.

THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY AND PRICE ON CUSTOMER SATISFACTION OF LION AIR AT SULTAN HASANUDDIN MAKASSAR INTERNATIONAL AIRPORT.

Supervisor: Kifni Yudianto,S.E,M.M.

Written by:

Sukma Dewi Ramadhani

ABSTRACT

Service quality is a dynamic condition related to products, services, people, processes, and the environment, which meet or exceed expectations (Tjiptono, 2006). Price is the only element that generates income. Price is a flexible element, therefore prices can change at any time. The reason for choosing the object of this research is that Lion Air is one of the airlines that offers less quality services and prioritizes additional fees for paid baggage and promotional strategies with competitive ticket prices. The price offered by Lion Air has not fulfilled its satisfaction when flying with Lion Air. This research was conducted to determine the influence of service quality and price and customer satisfaction simultaneously on the Lion Air airline at Sultan Hasanuddin International Airport, Makassar.

The research design used in this research is quantitative research. With data collection techniques using questionnaires and documentation, so the sample technique used in this study using random sampling technique with 50 respondents. Data processing using simple linear regression analysis through SPSS V.15.0.

The results showed that H_0 was rejected and H_a was accepted. It can be concluded that service quality and price have an effect on customer satisfaction at Lion Air at Sultan Hasanudin Makasar International Airport. T test results indicate that the variable service quality and price has a significant value of the service quality variable (X_1) of 0.029 which is smaller than the probability value of 0.05. The above results can be concluded that the F test results above indicate that the significant value of 0.007 is smaller than 0.05. The result of the coefficient of determination shows that the value of R Square is 0.235 which is obtained from the calculation between $R = 0.485 + 0.485 = 0.235$. Which means that there is a variable effect of service quality and price on customer satisfaction by 23.5%.

Keywords: Service Quality, Price, Customer Satisfaction