

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Persaingan bisnis saat ini sangat ketat khususnya dalam menarik konsumen dan mempertahankan konsumennya. Kondisi ini menuntut perusahaan untuk menciptakan keunggulan kompetitif bisnisnya agar mampu bersaing secara berkesinambungan. Dalam menciptakan kepuasan konsumen perusahaan dituntut untuk dapat memberikan kualitas pelayanan, harga, dan citra perusahaan yang baik.

UU No.1 tahun 2009 menjelaskan Bandar Udara merupakan kawasan di daratan atau perairan dengan batas-batas tertentu yang digunakan sebagai tempat pesawat udara mendarat dan lepas landas, naik turun penumpang, bongkar buat barang, dan tempat perpindahan intra dan antar moda transportasi, yang dilengkapi dengan fasilitas keselamatan dan keamanan penerbangan, serta fasilitas pokok dan fasilitas penunjang lainnya. Bandar udara memegang peran penting bagi suatu negara maupun daerah. Bandar Udara merupakan gerbang atau pintu masuk dari suatu daerah atau sebagai fasilitator yang menghubungkan antara daerah satu dengan yang lainnya. Bandar Udara merupakan pelabuhan moda transportasi yang mencakup diminati masyarakat saat ini karena menawarkan kenyamanan dan efisiensi waktu.

Perusahaan jasa penerbangan berusaha bertahan dalam persaingan pasar dengan berbagai cara. Setiap perusahaan penerbangan berusaha menunjukkan keunggulan masing-masing dengan memberikan penawaran optimal kepada konsumen. Saat ini banyak perusahaan menyadari bahwa kepuasan pelanggan adalah hal yang utama yang harus dicapai perusahaan untuk mendapatkan kepuasan dari konsumennya, meraih kepuasan konsumen bukan hal yang mudah. Beberapa cara yang dilakukan perusahaan dalam mencapai kepuasan adalah dengan mengembangkan citra perusahaan kepada konsumen. Oleh karena itu, memiliki citra yang baik adalah sangat penting selain itu juga yang dapat membantu perusahaan agar dapat tumbuh dan berkembang adalah citra perusahaan yang baik. Citra perusahaan dapat sangat berpengaruh terhadap kelangsungan suatu industri. Citra yang baik akan memberikan nilai tambah bagi perusahaan tersebut karena semakin baik citra yang timbul dimata konsumen akan menjadi penggerak emosi konsumen dan membuat konsumen merasa bahwa nilai yang mereka terima setara dengan yang konsumen keluarkan.

Citra yang baik dapat memperkuat posisi perusahaan dalam persaingan dan mendapatkan kepercayaan dari publiknya (Arindita dan Sulistyanyngtyas, 2013). Citra perusahaan yang baik akan memudahkan perusahaan dalam memasarkan produk atau layanannya. Sedangkan citra perusahaan yang buruk menyebabkan konsumen dapat beralih kepada perusahaan pesaing. Kondisi citra yang buruk tersebut akan membuat perusahaan semakin sulit untuk bertahan dalam persaingan yang ketat. Salah satu strategi yang dapat dipilih dalam meningkatkan citra perusahaan adalah dengan memaksimalkan kualitas pelayanan kepada konsumen.

Selain citra perusahaan harga merupakan faktor yang berpengaruh terhadap konsumen seberapa nilai harga yang diberikan oleh perusahaan akan mempengaruhi konsumen. Harga adalah unsur bauran pemasaran yang sifatnya fleksibel dimana setiap saat dapat berubah berdasarkan waktu dan tempat. Harga bukan hanya angka atau nominal yang tertera dilabel suatu kemasan, akan tetapi harga mempunyai banyak bentuk dan memiliki banyak fungsi diantaranya, ongkos, upah, tarif, sewa tempat, pembayaran jasa, dan gaji. Semuanya merupakan harga yang harus dibayar untuk mendapatkan barang dan jasa. Menurut Kotler dan Keller (2014), "Harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen lain menghasilkan biaya. Harga merupakan elemen termudah dalam program pemasaran untuk disesuaikan, fitur produk, saluran, dan bahkan komunikasi membutuhkan banyak waktu".

Kualitas layanan salah satu faktor yang menentukan tingkat keberhasilan sebuah perusahaan adalah kemampuan perusahaan dalam memberi kualitas pelayanan kepada konsumen untuk mencapai kepuasan. Kualitas layanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen. Kualitas dimulai dari kebutuhan konsumen dan berpikir pada persepsi konsumen. Hal ini berarti suatu kualitas yang baik bukan berdasarkan sudut pandang atau persepsi perusahaan melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi konsumen.

Faktor lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah Kualitas layanan dengan adanya persepsi konsumen tentang keunggulan layanan. Hal ini menunjukkan bahwa setiap perusahaan harus mampu untuk memberi layanan yang unggul dibandingkan dengan pesaingnya agar dapat memenuhi atau bahkan mampu melampaui kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen sehingga tercapailah kepuasan konsumen.

Beberapa penelitian menghasilkan kesimpulan bahwa selain yang dapat mempengaruhi citra perusahaan dan harga adalah kualitas pelayanan. Penelitian Arindita dan Sulistyningtyas (2013) menyatakan bahwa kualitas pelayanan dapat berpengaruh langsung terhadap citra perusahaan, namun ditambahkan pula bahwa penilaian citra dapat lebih tinggi jika melalui kepuasan konsumen. Hasil yang serupa juga ditunjukkan oleh penelitian Normasari dkk (2013), kualitas pelayanan memiliki pengaruh langsung terhadap citra perusahaan.

#### **B. Rumusan Masalah**

1. Apakah citra perusahaan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada penerbangan maskapai Wings Air?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen penerbangan pada maskapai Wigs Air?
3. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada maskapai Wings Air?
4. Apakah citra perusahaan, harga dan kualitas layanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?

### **C. Batasan Masalah**

Adapun batasan masalah pada tugas ini adalah agar penelitian ini lebih fokus, sempurna, dan mendalam maka penulis memandang permasalahan penelitian yang di angkat perlu di batasi variabelnya. Oleh sebab itu , penulis membatasi diri hanya berfokus pada pengaruh citra perusahaan, harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada maskapai Wings Air di Bandara Sultan Muhammad Kaharudin dan penelitian berfokus pada seluruh penumpang yang menggunakan jasa maskapai Wings Air.

### **D. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui citra perusahaan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada penerbangan maskapai Wings Air.
2. Untuk mengetahui harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen penerbangan pada maskapai Wigs Air.
3. Untuk mengetahui kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada maskapai Wings Air.
4. Untuk mengetahui citra perusahaan, harga dan kualitas secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada maskapai Wings Air.

## **E. Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah:

### 1. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi Maskapai Wing Air untuk meningkatkan kepuasan konsumennya melalui peningkatan citra perusahaan, harga dan menerapkan kualitas layanan yang sesuai.

### 2. Bagi Akademik

Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan acuan untuk melakukan penelitian-penelitian selanjutnya, khususnya penelitian mengenai pengaruh citra perusahaan, harga dan kualitas layanan terhadap penumpang .

### 3. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan dan memperluas pengetahuan serta wawasan mengenai citra perusahaan, harga dan kualitas layanan terhadap penumpang

## **F. Sistematika Penelitian**

Agar pelaksanaan penelitian ini tidak menyimpang dari permasalahan yang ada, maka penyusunan skripsi penelitian ini perlu menggunakan suatu sistematika ke dalam 5 (lima) bab sebagai berikut:

### 1. BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menguraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

## 2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini berisikan landasan teori mengenai pengertian permasalahan yang dibahas, penelitian yang relevan dan hipotesis dan kerangka berfikir.

## 3. BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini terdiri atas desain penelitian, populasi dan sample, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data yang di pakai.

## 4. BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan secara mendalam mengenai ringkasan dari hasil penelitian yang di lakukan tentang data yang di peroleh dari deskripsi data, uji hipotesis dan pembahasan.

## 5. BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran mengenai pengaruh citra perusahaan, harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada maskapai wings air di Bandar udara kualanamu medan.

## 6. DAFTAR PUSTAKA

## 7. LAMPIRAN