

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang memiliki beribu pulau sehingga dibutuhkan moda transportasi yang lebih efektif dalam melakukan perjalanan jarak jauh (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2008). Transportasi udara mempunyai peranan yang sangat penting dalam menyediakan jasa pelayanan transportasi untuk mengangkut manusia dan barang. Mulai dari Sabang sampai Merauke sarana transportasi udara sudah beroperasi dengan baik sehingga banyak diminati oleh berbagai kalangan baik kalangan masyarakat menengah atas maupun menengah bawah (Agustriani & Megawati, 2019).

Transportasi udara berkembang sangat pesat hal ini ditandai juga dengan banyaknya maskapai penerbangan yang berdiri di Indonesia serta bertambahnya penggunaan jasa penerbangan dari tahun sebelumnya. Meningkatnya pertumbuhan penggunaan jasa transportasi udara menyebabkan persaingan antara maskapai penerbangan sangat ketat untuk merebut pangsa pasar dan mendapatkan jumlah penumpang yang banyak (Agustriani & Megawati, 2019). Perusahaan penerbangan harus memiliki strategi pemasaran yang tepat agar dapat bersaing serta meningkatkan keputusan penggunaan jasa. Hal ini mengingat kepada kondisi masyarakat

yang semakin maju menyebabkan pola pikir masyarakat menjadi lebih kritis dan jeli dalam menggunakan suatu produk atau jasa.

Strategi pemasaran yang dapat dilakukan agar membuat konsumen melakukan keputusan penggunaan jasa yaitu dengan meningkatkan citra perusahaan yang positif atau baik, meningkatkan kualitas pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan para pengguna jasa, serta harga yang sesuai dengan manfaat yang diterima oleh pengguna jasa (Tjiptono,2011). Dalam dunia penerbangan terdapat maskapai yang sudah memiliki citra perusahaan dan kualitas pelayanan yang baik serta harga yang dibayar sesuai dengan kualitas pelayanan yang didapatkan oleh masyarakat yaitu Garuda Indonesia dimana maskapai ini dapat menggarap pangsa pasar secara luas di Indonesia. Maskapai Garuda Indonesia memiliki citra perusahaan yang sangat baik sehingga menjadi salah satu maskapai terpercaya di kalangan masyarakat (Oematan,2020). Maskapai Garuda Indonesia juga memiliki beberapa strategi pemasaran yaitu dengan cara memberikan kualitas pelayanan yang baik dengan harga tiket yang tinggi namun masih dapat dijangkau sehingga maskapai ini tidak bersaing dengan harga yang rendah. Masyarakat memiliki kepercayaan dengan membayar harga yang tinggi maka akan mendapatkan kualitas pelayanan yang baik. Menurut Tjiptono (2009) Harga mempengaruhi citra perusahaan dan strategi positioning, harga menjadi unsur terpenting karena konsumen cenderung mengasosiasikan harga dengan kualitas jasa. Konsumen memiliki kepercayaan bahwa harga

yang mahal dipersepsikan mencerminkan kualitas yang tinggi dan sebaliknya (Tjiptono, 2011).

Menurut Basu (2007), ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi perilaku keputusan pembelian konsumen diantaranya yaitu kebudayaan, kelas sosial, keluarga, kelompok referensi, pengalaman, kepribadian, sikap, kepercayaan, dan konsep diri. Menurut Engel et al (1994), perilaku konsumen merupakan suatu tindakan yang langsung mendapatkan, mengkonsumsi, bahkan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan tindakan tersebut. Berdasarkan penjelasan teori tersebut, ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi pengguna jasa dalam melakukan penggunaan jasa yang dapat diteliti dalam penelitian ini, antara lain faktor citra perusahaan yang dipersepsikan baik oleh pengguna jasa yang telah melakukan keputusan penggunaan jasa, kualitas pelayanan yang ditawarkan oleh maskapai Garuda Indonesia, dan harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan jasa yang disesuaikan dengan keinginan dan kebutuhan pengguna jasa,

Berdasarkan latar belakang masalah di atas peneliti ingin mengetahui seberapa besar pengaruh citra perusahaan, kualitas pelayanan, dan harga mampu membuat masyarakat untuk memutuskan menggunakan jasa dari maskapai Garuda Indonesia. Hal inilah yang menimbulkan pertanyaan bagi peneliti dan mendorong untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Maskapai Garuda Indonesia di Bandar Udara Internasional Lombok”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, adapun rumusan masalah yang diambil sebagai berikut:

1. Apakah citra perusahaan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan jasa maskapai Garuda Indonesia di Bandar Udara Internasional Lombok?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan jasa maskapai Garuda Indonesia di Bandar Udara Internasional Lombok?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan penggunaan jasa maskapai Garuda Indonesia di Bandar Udara Internasional Lombok?
4. Apakah citra perusahaan, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap keputusan penggunaan jasa maskapai Garuda Indonesia di Bandar Udara Internasional Lombok?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui apakah citra perusahaan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan jasa maskapai Garuda Indonesia di Bandar Udara Internasional Lombok.
2. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan jasa maskapai Garuda Indonesia di Bandar Udara Internasional Lombok.
3. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap keputusan penggunaan jasa maskapai Garuda Indonesia di Bandar Udara Internasional Lombok.

4. Untuk mengetahui apakah citra perusahaan, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap keputusan penggunaan jasa maskapai Garuda Indonesia di Bandar Udara Internasional Lombok.

D. Batasan Masalah

Batasan suatu masalah digunakan untuk menghindari adanya penyimpangan maupun pelebaran pokok masalah agar penelitian ini lebih terarah dan memudahkan penulis dalam pembahasan sehingga tujuan penelitian akan tercapai. Berdasarkan rumusan masalah di atas maka penulis dapat membatasi masalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini berfokus untuk membahas pengaruh citra perusahaan, kualitas pelayanan, dan harga terhadap keputusan penggunaan jasa maskapai Garuda Indonesia.
2. Penelitian ini dilakukan di Bandar Udara Internasional Lombok.

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan penulis dan memberikan pengetahuan yang lebih luas terkait dengan permasalahan yang diteliti serta bisa dijadikan wahana untuk mengaplikasikan ilmu yang didapat selama bangku kuliah sehingga dapat meningkatkan pemahaman teori dan realita yang terdapat dalam kondisi lapangan yang sesungguhnya.

2. Bagi Perusahaan

Memberikan sumbangan pemikiran, tenaga serta bahan tinjauan sehingga dapat membantu Maskapai Garuda Indonesia agar lebih berkembang dan dapat meningkatkan kualitas maskapai menjadi maskapai yang lebih baik.

3. Bagi Akademik dan Penelitian Mendatang

Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi dan sumber informasi sebagai bahan acuan bagi taruna/i STTKD untuk melakukan penelitian berikutnya khususnya dalam meneliti pengaruh citra perusahaan, kualitas pelayanan dan harga dalam penggunaan jasa serta dapat menjadi bahan perbandingan bagi penelitian di masa mendatang.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini akan menjelaskan dan mengarahkan penulis dalam melakukan penelitian. Sistematika penulisan berisi informasi tentang isi dari masing-masing bab sehingga memudahkan penulis dalam menyusun hasil penelitian yang telah diperoleh dari penelitian yang telah dilakukan, adapun sistematika penulisannya sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN

Pada pendahuluan ini berisi uraian tentang latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan Pustaka bab ini akan menjelaskan landasan teori yang digunakan adalah citra perusahaan, kualitas pelayanan, harga, keputusan penggunaan jasa, penelitian yang relevan, hipotesis, dan kerangka pemikiran operasional.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan membahas tentang desain penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data serta teknik analisis data yang digunakan oleh peneliti.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan membahas tentang deskripsi data, pengujian hipotesis, dan pembahasan.

BAB V PENUTUP

Pada bab terakhir ini berisi kesimpulan yang diambil selama melakukan penelitian dan penyampaian kritik serta saran yang direkomendasi oleh peneliti.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN