

BAB I

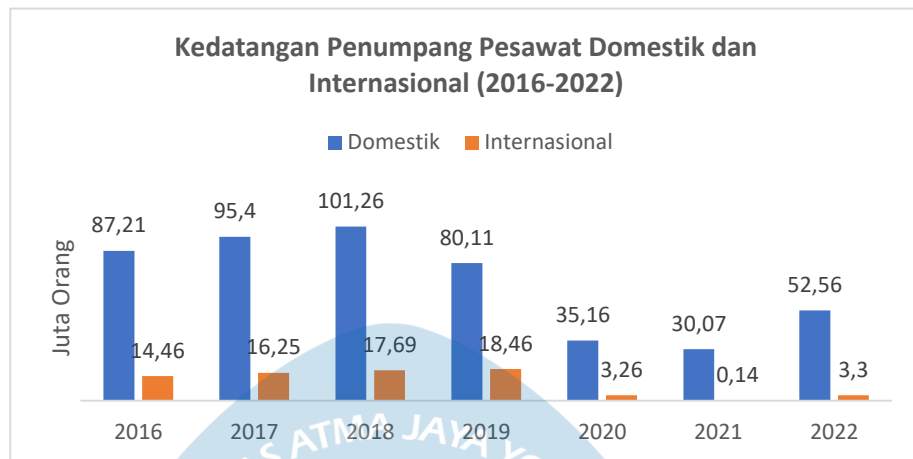
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Indonesia memiliki industri penerbangan yang berkembang pesat akhir-akhir ini. Tidak kurang dari 15 maskapai penerbangan beroperasi di Indonesia, termasuk maskapai nasional seperti Garuda Indonesia dan Citilink, serta maskapai swasta seperti Lion Air, Sriwijaya Air, Batik Air, dan AirAsia Indonesia. Pertumbuhan industri penerbangan di Indonesia juga didukung oleh meningkatnya jumlah penduduk lokal maupun mancanegara yang melakukan perjalanan udara. Hal ini diperkuat pada artikel berita tempo.co (diakses 13 Maret 2023) yang menyatakan bahwa industri pariwisata sektor agen perjalanan menunjukkan capaian transaksi penjualan tiket pesawat sebesar Rp 1,7 Triliun. Sepanjang tahun 2022, jumlah penumpang pesawat mengalami kenaikan sebesar 115,30 persen dari Januari hingga September tercatat sebanyak 44,03 juta orang. [Pasardana.id](https://pasardana.id) (diakses 13 Maret 2023).

Kedatangan penumpang pesawat domestik dan internasional pada tahun 2022 terus menerus mengalami kenaikan yang signifikan. Dilansir dari [Dataindonesia.id](https://dataindonesia.id) (diakses 7 Maret 2023) Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2023 mencatat, terdapat 55,85 juta penumpang pesawat di Indonesia

pada tahun 2022. Jumlah tersebut melonjak sebesar 84,96% dibandingkan dengan tahun sebelumnya yaitu sebesar 3,3 juta orang.



Gambar 1. 1 Data Jumlah Penumpang Pesawat Domestik dan Internasional

Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS)

(diakses 7 Maret 2023)

Hal tersebut dilihat dari perkembangan pesat industri penerbangan di Indonesia bahwa setelah kasus pandemi Covid-19 khususnya pada maskapai penerbangan Batik Air sukses membangun bisnisnya. Lalu, sejumlah faktor persaingan di industri penerbangan yang sangat kompetitif mulai dari keamanan dan keselamatan, serta faktor lain seperti: layanan perusahaan yang baik, kemudian dari segi bisnis tentang bagaimana perusahaan membuat pelanggan atau konsumen merasa puas dengan *feedback* yang mereka dapatkan. Alasan tersebut menjadi topik yang menarik untuk diteliti lebih lanjut oleh penulis melalui judul skripsi dengan objek yaitu Batik Air.

Batik Air merupakan sebuah maskapai penerbangan yang didirikan pada tahun 2013 oleh Lion Air Group. Batik Air beroperasi dari Bandara Internasional Soekarno-Hatta dan Bandara Halim Perdana Kusuma di Jakarta, serta memiliki beberapa destinasi dalam negeri seperti Bali, Palembang, Surabaya, dan Medan. Maskapai penerbangan ini mengusung konsep "Layanan dengan sentuhan Indonesia", yang mencakup desain kabin yang berkesan Indonesia, serta makanan dan minuman bertemakan

Indonesia. Sebagai maskapai penerbangan nasional, Batik Air juga menawarkan berbagai layanan dan fasilitas yang berkualitas. Maskapai ini menyediakan pilihan tempat duduk yang nyaman dan luas serta dilengkapi dengan sistem hiburan pribadi. Dengan berfokus pada kenyamanan dan keamanan tersebut, pelanggan dapat merasa tenang dan puas selama dalam perjalanan. Seluruh kru dan stafnya yang handal dan berpengalaman siap memberikan layanan terbaik bagi para pelanggan.

Di tengah persaingan ketat dalam industri penerbangan, Batik Air terus berinovasi dalam memberikan nilai tambah bagi para penumpangnya. Maskapai ini terus memperluas jangkauan penerbangannya ke beberapa kota besar di dalam negeri maupun internasional, sehingga semakin memudahkan masyarakat dalam melakukan perjalanan udara. Dibalik itu, Batik Air juga menerima berbagai penghargaan dan sertifikasi dari berbagai lembaga, termasuk sertifikasi Keselamatan dalam Operasi Penerbangan dari *International Air Transport Association* (IATA) serta penghargaan sebagai "*The Best Newcomer*" pada ajang *Aviation Business Awards* 2014. Hal ini menunjukkan kepercayaan para penumpang dan dunia industri penerbangan atas layanan dan kinerja Batik Air.

Batik Air menjadi salah satu maskapai yang berhasil mengalami pertumbuhan pesat di industri penerbangan baik di dalam negeri maupun luar negeri atau internasional. Dilansir dari hasil survei Top Brand Indeks tahun 2022 yang merupakan pionir indikator performa merek di Indonesia yang melakukan pemeringkatan terhadap maskapai penerbangan di Indonesia dalam menghasilkan pemeringkatan Top Brand dengan melakukan riset performa merek dan survei kepada ribuan responden yang mendasar pada *mind share*, *market share*, dan *commitment share*.

Tabel 1. 1 Lima Maskapai Penerbangan Pilihan Masyarakat Indonesia

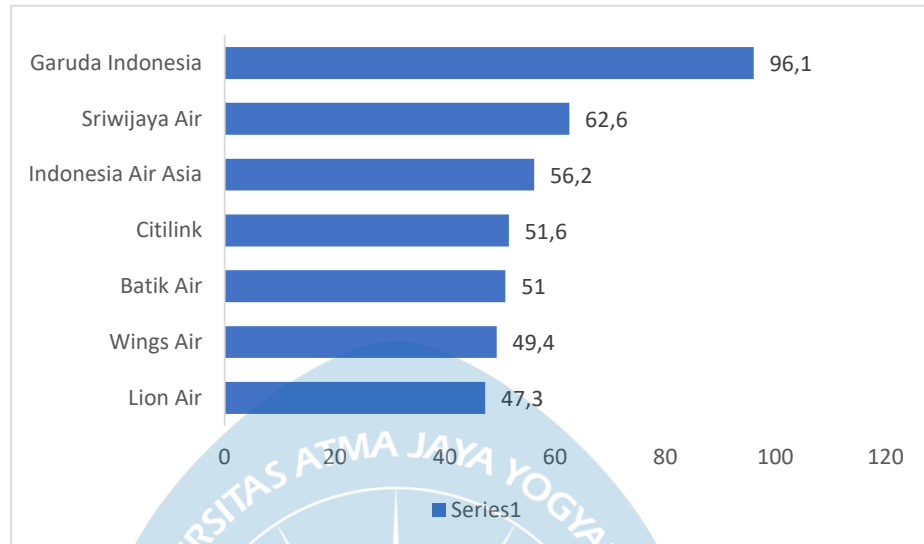
No	Nama	Persen
1	Garuda Indonesia	29,7%
2	Citilink	23%
3	Lion Air	10,1%
4	Air Asia	9,7%
5	Batik Air	9%

Sumber: goodstat.id (2022)

(diakses 12 Maret 2023)

Pada data tersebut, Batik Air berada di posisi ke-5 dengan indeks persentase sebesar 9 persen. Survei preferensi Liburan Masyarakat Indonesia yang dilakukan GoodStats menunjukkan bahwa pesawat merupakan maskapai penerbangan yang menjadi pilihan kendaraan umum kedua dari responden untuk berpergian. Selain menjadi salah satu maskapai penerbangan pilihan masyarakat Indonesia, Batik Air juga termasuk salah satu maskapai penerbangan paling tepat waktu di Indonesia. Berikut tujuh maskapai penerbangan yang termasuk didalamnya: Garuda Indonesia di urutan pertama dengan nilai 96,1 persen, Sriwijaya Air di urutan kedua dengan nilai 62,6 persen, Indonesia Air Asia di urutan ketiga sebesar 56,2 persen, lalu urutan ke-empat Citilink 51,6 persen, diikuti oleh Batik Air

sebesar 51 persen, Wings Air 49,4 persen, dan Lion Air sebesar 47,3 persen.



Gambar 1. 2 Tujuh Maskapai Penerbangan Paling Tepat Waktu di Indonesia

Sumber: databoks.katadata.co.id (2022)

(diakses 12 Maret 2023)

Mengutip laporan OAG (*Official Airline Guide*) merilis peringkat maskapai yang memiliki ketepatan waktu penerbangan (*One-Time Performance/OTP*) terbaik pada Mei 2022, Batik Air menduduki posisi ke-5 dengan persentase sebesar 51%. OAG mendefinisikan bahwa tingkat ketepatan waktu (OTP) sebagai penerbangan yang berangkat atau tiba dalam waktu 15 menit dari waktu keberangkatan atau kedatangan yang sudah dijadwalkan oleh Maskapai terkait. Ketika mendapatkan pelayanan yang baik, penumpang akan terus berlangganan dengan maskapai penerbangan yang mereka sukai. Maskapai penerbangan khususnya Batik Air harus memperhatikan pengalaman pelanggan (*customer experience*), persepsi harga (*perceived price*) dan kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) karena ketiga faktor tersebut dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan (*loyalty customer*) serta menarik pelanggan baru.

Pengalaman pelanggan di Batik Air sangat penting untuk membangun loyalitas pelanggan. Pengalaman pelanggan dapat mencakup semua aspek pelayanan diantaranya mulai dari proses pemesanan tiket,

process check-in, kenyamanan selama penerbangan, hingga layanan lainnya. Jika pelanggan memiliki pengalaman yang baik, mereka lebih mungkin untuk kembali menggunakan Batik Air dan merekomendasikan maskapai ini kepada orang lain. Sebaliknya, jika konsumen memiliki pengalaman buruk, mereka mungkin akan beralih ke maskapai lain dan bahkan memberikan *review* negatif tentang Batik Air di media sosial. Hal ini sesuai dengan penelitian dari Syahputra (2019) yang menyatakan bahwa pengalaman pelanggan (*customer experience*) yang baik dapat memenuhi kebutuhan pelanggan, membangun kepercayaan salah satunya melalui memori konsumen, serta membentuk rasa senang, keterikatan dan perasaan emosional yang kuat terhadap perusahaan.

Persepsi Harga berkaitan dengan penilaian harga yang dipengaruhi oleh persepsi konsumen, sehingga pada akhirnya suatu produk dapat disimpulkan apakah memiliki harga yang lebih mahal atau lebih murah. Harga yang dirasakan tersebut mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli kembali suatu produk. Peter dan Olson (2000:228) dalam Dewi & Suprapti (2018). Sehingga, persepsi harga juga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Batik Air tentunya pada saat pelanggan akan membandingkan harga tiket Batik Air dengan harga tiket maskapai lain, serta memperhatikan nilai yang diberikan oleh Batik Air. Jika pelanggan merasa harga tiket yang ditawarkan oleh Batik Air terlalu mahal dan tidak sebanding dengan nilai yang diberikan, mereka mungkin akan beralih ke maskapai lain. Namun sebaliknya, jika konsumen merasa harga tiket yang ditawarkan oleh Batik Air sebanding dengan nilai atau pelayanan yang diberikan, mereka akan cenderung tetap memilih Batik Air.

Kepuasan pelanggan juga sangat berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Batik Air. Kepuasan pelanggan dapat terkait dengan berbagai aspek pelayanan seperti kenyamanan selama penerbangan, makanan dan minuman yang disediakan, kebersihan pesawat, hingga interaksi dengan awak kabin. Jika konsumen merasa puas dengan pelayanan yang didapatkan dari Batik Air, mereka lebih mungkin untuk

kembali menggunakan Batik Air dan merekomendasikan kepada relasi dan orang terdekat. Namun, jika konsumen merasa tidak puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Batik Air, mereka mungkin akan beralih ke maskapai lain dan bahkan memberikan *review* negatif tentang Batik Air di media sosial. Hal ini sesuai dengan penelitian Thungasal & Siagian (2019) yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan tolak ukur keberhasilan perusahaan yang berdampak pada penjualan. Ketika konsumen atau pelanggan merasa puas maka kemungkinan besar pelanggan akan bertahan atau setia dengan produk dan layanan yang ditawarkan. Sehingga, menciptakan loyalitas pelanggan salah satunya dengan melakukan pembelian ulang. Di dukung dengan pernyataan Hasfar, et al. (2020) yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan tentang sejauh mana manfaat yang dirasakan dari suatu produk sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen atau pelanggan.

Loyalitas pelanggan menurut Kotler dan Keller (2016:138) dalam (Putra, 2021) merupakan komitmen kuat yang dipegang untuk membeli atau mendukung kembali suatu produk atau layanan yang disukai di masa mendatang. Pada realisasinya, loyalitas pelanggan dapat membawa banyak manfaat khususnya bagi maskapai penerbangan Batik Air. Konsumen yang loyal akan melakukan perjalanan dengan Batik Air secara teratur, sehingga dapat meningkatkan pendapatan maskapai. Selain itu, konsumen yang loyal cenderung akan secara sukarela merekomendasikan Maskapai Batik Air kepada orang lain sebagai pilihan transportasi saat berpergian sekaligus dapat meningkatkan jumlah pelanggan atau konsumen baru.

1.2. Rumusan Masalah

- 1) Apakah *customer experience* (pengalaman pelanggan) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* (kepuasan pelanggan) pada Batik Air?

- 2) Apakah *customer experience* (pengalaman pelanggan) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *customer loyalty* (loyalitas pelanggan) pada Batik Air?
- 3) Apakah terbukti bahwa *perceived price* (persepsi harga) mempengaruhi *customer satisfaction* (kepuasan pelanggan) pada Batik Air?
- 4) Apakah terbukti bahwa *perceived price* (persepsi harga) mempengaruhi *customer loyalty* (loyalitas pelanggan) pada Batik Air?
- 5) Apakah *customer satisfaction* (kepuasan pelanggan) mempengaruhi *customer loyalty* (loyalitas pelanggan) pada Batik Air?
- 6) Apakah *customer satisfaction* (kepuasan pelanggan) memediasi pengaruh antara *customer experience* (pengalaman pelanggan) terhadap *customer loyalty* (loyalitas pelanggan) pada Batik Air?
- 7) Apakah *customer satisfaction* (kepuasan pelanggan) memediasi pengaruh antara *perceived price* (persepsi harga) terhadap *customer loyalty* (loyalitas pelanggan) pada Batik Air?

1.3. Tujuan Penelitian

- 1) Untuk menganalisa pengaruh *customer experience* (pengalaman pelanggan) terhadap *customer satisfaction* (kepuasan pelanggan) pada Batik Air.
- 2) Untuk menganalisa pengaruh *customer experience* (pengalaman pelanggan) terhadap *customer loyalty* (kesetiaan konsumen) pada Batik Air.
- 3) Untuk menganalisa pengaruh *perceived price* (persepsi harga) terhadap *customer satisfaction* (kepuasan pelanggan) pada Batik Air.
- 4) Untuk menganalisa pengaruh *perceived price* (persepsi harga) terhadap *customer loyalty* (kesetiaan konsumen) pada Batik Air.
- 5) Untuk menganalisa pengaruh *customer satisfaction* (kepuasan pelanggan) terhadap *customer loyalty* (kesetiaan konsumen) pada Batik Air.

- 6) Untuk menganalisa pengaruh mediasi *customer satisfaction* (kepuasan pelanggan) pada *customer experience* (pengalaman pelanggan) terhadap *customer loyalty* (loyalitas pelanggan) pada Batik Air.
- 7) Untuk menganalisa pengaruh mediasi *customer satisfaction* (kepuasan pelanggan) pada *perceived price* (persepsi harga) terhadap *customer loyalty* (loyalitas pelanggan) pada Batik Air.

1.4. Manfaat Penelitian

Proposal ini bertujuan untuk membahas pengaruh pengalaman konsumen dan persepsi harga terhadap loyalitas konsumen dengan variabel mediasi kepuasan konsumen (studi pada Batik Air). Dalam proposal ini, akan dijelaskan manfaat dari melakukan penelitian ini.

Manfaat dari Penelitian ini:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian tentang pengaruh pengalaman konsumen dan persepsi harga terhadap loyalitas konsumen dengan variabel mediasi kepuasan konsumen (studi pada Batik Air) dapat membantu mengembangkan pengetahuan dan pemahaman terhadap topik yang relevan pada pemasaran saat ini serta dapat menambah ketersediaan informasi, pemahaman, pembuktian teori, dan menjadi referensi mengenai variabel terkait. Selain itu, dapat menjadi referensi juga bagi peneliti selanjutnya dalam mengembangkan maupun mengaplikasikan teori-teori mengenai pengalaman pelanggan, persepsi harga, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan terhadap penelitian yang akan dilakukan.

2. Manfaat Praktis

Pengaruh pengalaman konsumen dan persepsi harga terhadap loyalitas konsumen dengan variabel mediasi kepuasan konsumen (studi pada Batik Air) mampu meningkatkan kepuasan pelanggan

saat berpergian dan meningkatkan pendapatan perusahaan terutama pada keunggulan kompetitif yaitu dengan mengenali faktor-faktor yang membentuk loyalitas pelanggan. Maskapai Batik Air bisa memberikan keunggulan kompetitif di pasar dengan mempraktikkan penawaran harga yang kompetitif dan layanan konsumen yang lebih baik. Selain itu, dapat memberikan wawasan bagi para manajer dalam pengambilan keputusan karena hasil dari penelitian ini dapat membantu manajer khususnya Maskapai Batik Air untuk mengembangkan strategi pengelolaan pelanggan atau konsumen yang lebih efektif dan efisien. Lalu, Maskapai Batik Air dapat mengembangkan citra merek mereka menjadi lebih kuat di mata konsumen dengan meningkatkan kemampuan daya saingnya di pasar dan menarik lebih banyak konsumen.

1.5. Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran pada penelitian ini, terdapat 5 bagian yaitu:

Bab I : Pendahuluan

Bab ini menyajikan mengenai latar belakang permasalahan yang diangkat pada penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

Bab II : Tinjauan Pustaka

Bab ini menjelaskan terkait dengan uraian teori atau definisi yang digunakan sebagai landasan teori pada penelitian ini, rangkuman penelitian terdahulu dengan tabel yang mendukung pengembangan hipotesis untuk melihat posisi penelitian, pengembangan dari hipotesis dan model kerangka penelitian yang diangkat sebagai penelitian ini.

Bab III : Metodologi Penelitian

Bab ini berisi mengenai metodologi yang didalamnya terdapat penjelasan mengenai jenis penelitian, obyek penelitian, subjek penelitian, tempat

penelitian, populasi dan sample penelitian, metode pengumpulan data yang digunakan, definisi operasional, pengukuran data serta metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini.

Bab IV : Analisis data dan Pembahasan

Pada bab ini berisi tentang hasil statistika deskriptif, hasil analisa data dan hasil pembahasan dari pengolahan data yang telah dilakukan.

Bab V : Penutup

Bab ini berisi kesimpulan dari penelitian yang dilakukan, implikasi managerial, kelemahan penelitian kemudian saran penelitian kedepan sebagai referensi teori bagi peneliti selanjutnya serta dapat menjadi masukan, perkembangan, dan strategi bagi perusahaan maupun manajer.

