

**ANALISIS PERBANDINGAN *PERCEIVED QUALITY* PADA PELANGGAN
MASKAPAI PENERBANGAN MERPATI NUSANTARA AIRLINES,
ADAM AIR DAN LION AIR DI KOTA YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Gelar Sarjana
pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah
Yogyakarta



Oleh:

**MUMUS
20020410421**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2006**

**ANALISIS PERBANDINGAN *PERCEIVED QUALITY* PADA PELANGGAN
MASKAPAI PENERBANGAN MERPATI NUSANTARA AIRLINES,
ADAM AIR DAN LION AIR DI KOTA YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah
Yogyakarta



Oleh:

**M U M U S
20020410421**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2006**

HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

SKRIPSI

**ANALISIS PERBANDINGAN *PERCEIVED QUALITY* PADA PELANGGAN
MASKAPAI PENERBANGAN MERPATI NUSANTARA AIRLINES,
ADAM AIR DAN LION AIR DI KOTA YOGYAKARTA**



Telah disetujui Dosen Pembimbing untuk Ujian Skripsi


Rini Juni Astuti, SE, M.Si
NIK: 143 037

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

**ANALISIS PERBANDINGAN *PERCEIVED QUALITY* PADA PELANGGAN
MASKAPAI PENERBANGAN MERPATI NUSANTARA AIRLINES,
ADAM AIR DAN LION AIR DI KOTA YOGYAKARTA**


Di ajukan Oleh:


MUMUS

20020410421

Skripsi ini telah dipertahankan dan disahkan di depan
Dewan Penguji Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Tanggal..... 2006

Yang terdiri dari:


Rini Juni Astuti, SE, M.Si
Ketua Tim penguji

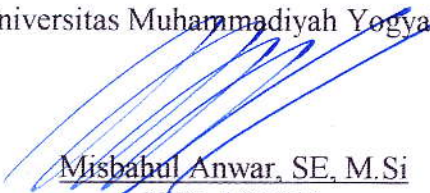

Sutrisno Wibowo, SE, M.M
Anggota Tim Penguji


Isthofaina Astuty, SE, M.Si
Anggota Tim Penguji

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta


Misbahul Anwar, SE, M.Si
NIK: 143 014

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 2006

Mumus

MOTTO

*Harga riil dari segala sesuatu adalah jerih payah dan kesulitan untuk
memperolehnya*

(Adam Smith)

*Semua perlu ikhtiar dan do'a yang tak berkesudahan termasuk kerja
keras dan hasrat yang tak pernah padam*

(Rye)

*Asa itu selalu ada asalkan bahaimana cara kita berusaha untuk
mendapatkannya*

(Mumus)

*Ikhtiar adalah kunci dari keberhasilan, dan tawakal sebagai penerang
jalan hidup yang panjang*

(Oii)

PERSEMBAHAN

Karya kecil ini kupresembahkan kepada:

1. *Ayahanda dan ibunda yang tercinta*

Yang selalu memberikan kasih sayang, do'a, semangat dan dorongan sehingga berhasil menyelesaikan karya ini. Hanya do'a dan prestasi yang insya Allah dapat ananda berikan kepada kalian. Maafkan ananda karena menunggu terlalu lama.

2. *Neneku yang tercinta serta paman dan bibiku*

Terima kasih atas do'a, kasih sayang, dan bimbingan yang kalian berikan kepadaku.

3. *Ade irawan (Alm)*

Adeku sayang, terimakasih atas kenangan-kenangan dan masa-masa indah yang pernah kita lewati bersama, tawa itu, canda itu akan selalu ada dihati dan mengiringi setiap langkahku.

4. *Adeku Heri*

Yang selalu memberikan motivasi dan do'a, jadilah anak yang rajin, pintar yang bisa membanggakan membahagayakan kedua orang tua kita.

5. *Untuk seseorang yang selalu ada dalam do'a dan harapanku*

(Lischan) you are my inspiration

INTISARI

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui perbandingan tingkat persepsi konsumen terhadap kualitas (*perceived quality*) maskapai penerbangan Merpati Nusantara Airlines, Adam Air dan Lion Air. Variabel yang digunakan mengacu pada lima dimensi kualitas jasa menurut Zeithmal yaitu: *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty* dan *tangibles*.

Subyek penelitian ini adalah konsumen/pelanggan yang menggunakan maskapai penerbangan Merpati Nusantara Airlines, Adam Air dan Lion Air dari Kota Yogyakarta untuk penerbangan mereka. Tehnik pengumpulan data diperoleh dari penyebaran kuesioner. Analisis data dilakukan dengan diagram cartesius yang membandingkan tingkat kepentingan konsumen dan kinerja yang dilakukan oleh perusahaan..

Perceived quality maskapai penerbangan Merpati Nusantara Airlines memiliki nilai 250,4180. Ini menunjukkan bahwa tingkat persepsi konsumen terhadap kualitas maskapai penerbangan Merpati Nusantara Airlines berada pada kategori baik. *Perceived quality* maskapai penerbangan Adam Air memiliki nilai 250,3329. Ini menunjukkan bahwa tingkat persepsi konsumen terhadap kualitas maskapai penerbangan adam Air berada pada kategori baik. *Perceived quality* maskapai penerbangan Lion Air memiliki nilai 234,7488 Ini menunjukkan bahwa tingkat persepsi konsumen terhadap kualitas maskapai penerbangan Lion Air berada pada kategori baik. Dari ketiga maskapai penerbangan, jika diperbandingkan Merpati Nusantara Airlines memiliki nilai yang paling tinggi diikuti Adam Air dan Lion Air, meski ketiganya berada dalam kategori baik. Untuk itu hipotesis yang mengatakan bahwa Merpati Nusantara Airlines, Adam Air dan Lion Air memiliki *perceived quality* yang baik telah terbukti.

Kata kunci: Persepsi kualitas, persepsi konsumen, perusahaan penerbangan

ABSTRACT

This research as a purpose for knowing of comparative the level of perception consumer to quality (perceived quality) in airlines company between Merpati Nusantara Airlines, Adam Air and Lion Air. The used variable based on five of service quality dimension from Zeithmal consists are : *reliability*, responsiveness, assurance, empathy and tangibles.

The subject in this research is consumer who the use of some airlines companies which consists are : Merpati Nusantara Airlines, Adam Air and Lion Air from Yogyakarta city for your lines. The technique of data assembling becoming from questioner distribution. The data analysis doing with cartecious diagram which compare between level consumer importance and working which doing by company.

Perceived quality airlines company in Merpati Nusantara Airlines have value 250,4180. That is indicate level of consumer perception to quality of lines company from Merpati Nusantara Airlines located on a good categories. Perceived quality airlines company in Adam Air have value 250,3329. That is indicate level of consumer perception to lines company from Adam Air located in a good categories. Perceived quality airlines company in Lion Air have value 234,7488. that is indicate the level of consumer perception to lines company from Lion Air located in a good categories. From three lines company, if the comparative, so Merpati Nusantara Airlines has the highest value, the middle of that value is Adam Air and the lowest is Lion Air, although three that lines company located in a good categories. For that, hypothesis which speaking that Merpati Nusantara Airlines, Adam Air and Lion Air have good perceived quality are evidenced.

Key words : perceived quality, perception consumer, airlines company.

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah puji syukur kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan hidayahNya. Shalawat dan salam selaku kita panjatkan untuk junjungan kita Nabi Muhammad SAW, yang akan memberikan safaat pada umatnya. Penyusun bersyukur telah dapat menyelesaikan skripsi dengan baik, sebagai persyaratan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Setelah melewati masa-masa yang sulit, akhirnya skripsi yang berjudul “Analisis Perbandingan Perceived Quality pada Pelanggan Maskapai Penerbangan Merpati Nusantara airlines, Adam Air dan Lion Airlines di Kota Yogyakarta” dapat terselesaikan dengan baik. Proses penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, maka pada kesempatan kali ini perkenankanlah kiranya penulis untuk mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu baik secara moral maupun material sehingga terselesaikannya penyusunan skripsi ini, ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Misbahul Anwar, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Rini Juni Astuti, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing yang telah memeberikan bimbingan dan arahan dalam penulisan skripsi ini.
3. Drs. Supriyadi, MM. selaku Dosen Pembimbing Akademik.

4. Seluruh jajaran civitas akademik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
5. Ibu dan Bapak, yang dengan penuh perhatian selalu memberi bimbingan dan nasehat serta curahan kasih sayang dan cinta.
6. Sahabat-sahabatku: Yudi, Heri, Edy, Ucok, Dwi, Ion, jabrig, Oii, Chorie, teh Vivi, airz dan anak-anak anker-kost yang senantiasa memberikan dorongan dan perhatian pada penulis.
7. Semua pihak yang telah terlibat baik secara langsung maupun tidak langsung yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Semoga Allah akan selalu memberikan balasan atas kebaikannya yang telah memberikan bantuannya dengan ikhlas.

Akhirnya dengan segala kerendahan hati penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dan masih banyak kekurangannya, baik dalam bentuk maupun isinya. Saran dan kritik yang membangun, penulis harapkan demi sempurnanya skripsi ini.

Semoga skripsi ini dapat berguna bagi para pembaca dan bahan acuan referensi bagi penelitian berikutnya, serta dapat menunjang perkembangan ilmu pengetahuan.

Yogyakarta,.....

Penyusun

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
INTISARI.....	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan Masalah	2
C. Rumusan Masalah	3
D. Tujuan Penelitian	3
E. Manfaat Penelitian	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori	6
1. Pengertian Pemasaran	5
2. Manajemen Pemasaran	7

3. Konsep Pemasaran	8
4. Definisi Jasa	10
5. Karakteristik Jasa.....	11
6. Kualitas Pelayanan.....	11
7. Mengelola Kualitas Jasa	13
8. Persepsi	16
9. Kualitas	19
10. Perceived Quality.....	23
B. Hasil Penelitian Terdahulu	31
C. Hipotesis.....	32
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Subyek Penelitian	33
B. Jenis Data	33
C. Tehnik Pengambilan Sampel	33
D. Tehnik Pengumpulan Data.....	35
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	35
F. Uji Instrumen Penelitian	37
G. Analisa Data	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian.....	43
1. Uji Instrumen Penelitian	43
a. Uji Validitas	43
b. Uji Reliabilitas	49

2. Analisis Prosentase	49
3. Perceived Quality Analysis	53
B. Pembahasan (Interpretasi).....	60
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	66
B. Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel	4.1	Hasil Uji Validitas Importance Maskapai Penerbangan Merpati Nusantara Airlines.....	43
	4.2	Hasil Uji Validitas Performance Maskapai Penerbangan Merpati Nusantara Airlines.....	44
	4.3	Hasil Uji Validitas Importance Maskapai Penerbangan Adam Air.....	45
	4.4	Hasil Uji Validitas Performance Maskapai Penerbangan Adam Air	46
	4.5	Hasil Uji Validitas Importance Maskapai Penerbangan Lion Air	47
	4.6	Hasil Uji Validitas Performance Maskapai Penerbangan Lion Air	48
	4.7	Hasil Uji Reliabilitas.....	49
	4.8	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
	4.9	Profil Responden Berdasarkan Tingkat Usia.....	50
	4.10	Profil Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	51
	4.11	Profil Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	52
	4.12	Profil Responden Berdasarkan Tingkat Penghasilan	53
	4.13	Importance untuk Maskapai Penerbangan Merpati Nusantara Airlines	54

4.14 Performance untuk Maskapai Penerbangan Merpati Nusantara	
Airlines.....	55
4.15 Importance untuk Maskapai Penerbangan Adam Air.....	56
4.16 Performance untuk Maskapai Penerbangan Adam Air.....	57
4.17 Importance untuk Maskapai Penerbangan Lion Air	58
4.18 Performance untuk Maskapai Penerbangan Lion Air	59
4.19 Analisis Perceived Quality Maskapai Penerbangan Merpati	
Airlines.....	60
4.20 Analisis Perceived Quality Maskapai Penerbangan Adam Air	62
4.21 Analisis Perceived Quality Maskapai Penerbangan Lion Air.....	64