

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Peranan pesawat terbang sebagai sarana transportasi menjadi semakin penting bagi dunia, yang secara langsung mendukung pariwisata dan bisnis internasional. Industri yang menjanjikan ini setiap tahun mengalami peningkatan volume penjualan seiring perkembangan teknologi dan mengikuti perkembangan mobilisasi manusia yang semakin cepat dan efisien waktu.

Negara Indonesia telah memiliki banyak maskapai penerbangan yang mewarnai persaingan bisnis yang semakin menggembirakan ini. Tercatat ada maskapai penerbangan Garuda Indonesian Air sebagai *leader* dan yang lain sebagai *challenger* seperti: Adam Air, Lion Airlines, Sriwijaya Air, Bouraq Indonesia Airlines, Merpati Nusantara Airlines, Batavia Air, Jatayu Airlines, Mandala Airlines, Pelita Air dan masih banyak lagi.

Perkembangan dan peningkatan jasa pelayanan perusahaan penerbangan dari tahun ke tahun semakin menjadi perhatian masyarakat. Hal ini dapat dilihat dari ketatnya persaingan kualitas pelayanan, harga, promosi di antara sekian banyaknya perusahaan penerbangan. Dalam kondisi yang ketat tersebut, hal utama yang harus diprioritaskan oleh perusahaan penerbangan adalah kepuasan pelanggan/penumpang agar dapat bertahan, bersaing dan menguasai pangsa pasar. Manajemen perusahaan harus tahu hal-hal apa saja yang dianggap penting oleh para penumpang dan berusaha

untuk menghasilkan kinerja sebaik mungkin sehingga dapat memuaskan pelanggan. Kepuasan pelanggan/penumpang ditentukan oleh kualitas barang/jasa yang dikehendaki pelanggan, sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi setiap perusahaan sebagai tolok ukur keunggulan daya saing perusahaan.

Nilai suatu produk/jasa ternyata tidak hanya ditentukan oleh harga, namun juga ditentukan oleh kualitas produk/jasa tersebut. Kotler mengatakan bahwa kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik yang memungkinkan produk/jasa untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan maupun tidak dinyatakan (Simamora, 2002:114). Sebuah produk/jasa dapat dinyatakan memenuhi kebutuhan dalam memilih suatu produk/jasa didasarkan pada persepsi bukan realita. Persepsi dapat didefinisikan sebagai suatu proses, dengan mana seseorang menyeleksi, mengorganisasikan dan menginterpretasikan stimuli kedalam suatu gambaran dunia yang berarti dan menyeluruh (Simamora, 2002:102).

Berdasarkan latar belakang tersebut di atas penulis mencoba untuk melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Perbandingan *Perceived Quality* pada Pelanggan Maskapai Penerbangan Merpati Nusantara Airlines, Adam Air dan Lion Air di Kota Yogyakarta**”.

B. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian tentang perbandingan persepsi konsumen terhadap kualitas (*perceived quality*) maskapai penerbangan Merpati Nusantara Airlines, Adam Air dan Lion Air

di Kota Yogyakarta. Agar penelitian terarah sedangkan kemampuan peneliti terbatas, maka penulis membatasi masalah sebagai berikut:

1. Penelitian dilakukan pada pelanggan maskapai penerbangan Merpati Nusantara Airlines, Adam Air dan Lion Air di Kota Yogyakarta.
2. *Perceived Quality* yang dianalisis adalah tingkat kepentingan (*importance*) dari pelanggan terhadap variabel-variabel kualitas jasa yang diberikan dan kinerja (*performance*) yang diberikan oleh maskapai penerbangan Merpati Nusantara Airlines, Adam Air dan Lion Air.
3. Variabel-variabel yang diteliti adalah lima dimensi kualitas jasa menurut Zeithaml (Supranto, 2001: 238), yaitu: *reability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, dan *tangibles*.

C. Rumusan Masalah

Dalam penelitian ini penulis merumuskan masalah sebagai berikut: Bagaimana perbandingan persepsi konsumen terhadap kualitas (*perceived quality*) maskapai penerbangan Merpati Nusantara Airlines, Adam Air dan Lion Air di Kota Yogyakarta.

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah: Untuk mengidentifikasi perbandingan tingkat persepsi konsumen terhadap kualitas (*perceived quality*) maskapai penerbangan Merpati Nusantara Airlines, Adam Air dan Lion Air di Kota Yogyakarta.

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat dipergunakan sebagai bahan masukan bagi perusahaan maskapai penerbangan dalam meningkatkan kualitas produk/jasa.

2. Bagi Penulis

Penelitian ini merupakan sarana bagi penulis untuk menerapkan ilmu yang telah diperoleh dari kegiatan perkuliahan.

3. Bagi Dunia Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan informasi, referensi dan acuan bagi peneliti-peneliti yang ingin mengembangkan penelitian lebih lanjut dalam bidang kajian yang sejenis di kemudian hari.