

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian**

##### **1.1.1 Sejarah Perusahaan**

Maskapai penerbangan ini didirikan oleh konglomerat Malaysia pada tahun 1993 dan mulai beroperasi pada tahun 1996. Namun pada bulan Desember 2001, maskapai penerbangan memiliki hutang yang sangat besar, Air Asia dibeli Tony Fernandes dari Tune Air Sdn. Bhd dengan harga simbolik RM 1. Sebagai bagian dari pembelian, Tony juga melunaskan mengambil alih hutang RM 40 juta.

Di bawah kepemimpinan Tony Fernandes, maskapai ini terbang tinggi pada tahun 2002 dan sukses meluncurkan berbagai rute baru pada tahun itu. Pada tahun 2003, pusat kedua dibuka di Bandara Internasional Senai, Johor Bahru, serta penerbangan internasional pertama maskapai penerbangan ke Bangkok. Setelah itu ditetapkan anak perusahaan Air Asia Thailand dan Indonesia serta dimulainya penerbangan ke Indonesia, Macau, China, Filipina, Vietnam dan Kamboja pada tahun 2005. AirAsia sekarang terbang ke semua negara ASEAN, dan sebagian besar negara-negara Asia yang mencakup India, Iran, Sri Lanka dan Bangladesh, serta ke Jepang, Korea dan Australia melalui AirAsiaX.

Pada tahun 2011, Air Asia mendirikan cabang pusat lain di Filipina dan sedang dalam proses dalam mendirikan pusat serupa lainnya di tempat lain di wilayah ini segera setelahnya. Dan akhirnya, saat ini Air Asia telah memiliki cabang pusat perusahaan lain di Indonesia, Thailand, Filipina, dan India.

### 1.1.2 Logo, Visi, Misi, dan Nilai-Nilai Perusahaan Air Asia



**Gambar** Error! No text of specified style in document..1  
**Logo Air Asia**

*Sumber : [www.airasia.com](http://www.airasia.com), diakses pada 30 Agustus 2017*

Arti dan filosofi yang terdapat dalam logo perusahaan Air Asia adalah sebagai berikut:

1. Slogan “*now everyone can fly*” yang terdapat dalam logo perusahaan Air Asia merupakan salah satu strategi perusahaan dalam memberikan sentuhan emosional dalam benak konsumen, yang memiliki arti yaitu maskapai Air Asia ingin menyampaikan kepada masyarakat bahwa Air Asia ingin memberikan kesempatan untuk seluruh orang yang memiliki mimpi maupun keinginan untuk menggunakan jasa penerbangan untuk bepergian dari satu tempat ke tempat yang lain, dimana biasanya alasan masyarakat merasa khawatir dan tidak mampu untuk bepergian menggunakan jasa penerbangan karena pada umumnya membutuhkan biaya yang tinggi, sehingga Air Asia hadir dengan tiket yang lebih murah dibandingkan maskapai lainnya, hal ini bertujuan untuk memberikan kesempatan untuk semua orang dari semua kalangan untuk mewujudkan mimpi maupun keinginan menggunakan pesawat sebagai sarana transportasi untuk berpindah dari satu tempat ke tempat lainnya.
2. Dalam logo perusahaannya, Air Asia menggunakan jenis *font* (tulisan) yang sederhana dan ramah dengan tujuan untuk menciptakan persepsi dalam benak

para konsumennya bahwa Air Asia merupakan maskapai penerbangan yang sangat dekat dengan para konsumennya.

3. Air Asia menggunakan merah sebagai warna logo perusahaannya dengan tujuan untuk mengingatkan semua orang akan budaya asia, warna merah dikaitkan dengan keberuntungan dan kebahagiaan yang artinya Air Asia berharap bisa menjadi bagian dari keberuntungan dan kebahagiaan dari para konsumennya melalui pemberian pelayanan terbaik selama konsumen menggunakan Air Asia sebagai sarana jasa penerbangan mereka.

Visi dari perusahaan Air Asia adalah menjadi maskapai penerbangan berbiaya hemat terbesar di Asia dan melayani 4,4 miliar orang yang sekarang dilayani dengan konektivitas yang kurang baik dan tarif yang mahal.

Adapun misi dari perusahaan Air Asia antara lain adalah sebagai berikut:

1. Menjadi perusahaan terbaik untuk bekerja, di mana para karyawan dianggap sebagai anggota keluarga besar.
2. Menciptakan brand ASEAN yang diakui secara global.
3. Mencapai tarif terhemat sehingga semua orang bisa terbang dengan AirAsia.
4. Mempertahankan produk berkualitas tinggi, menggunakan teknologi untuk mengurangi pembiayaan dan meningkatkan kualitas layanan.

Selain itu, Air Asia memiliki nilai-nilai perusahaan antara lain sebagai berikut:

1. **SENANG**, yang artinya menikmati hidup. Tertawa riang, tersenyum lebar, dan dapat menjadi diri sendiri. Karyawan Air Asia adalah sekelompok orang yang senang bersosialisasi dan menikmati berbagi ide dan solusi untuk membuat segalanya lebih baik. Lagipula, kesenangan memang sebaiknya disebarakan.
2. **PEDULI**, yang mana adalah perasaan yang hangat dan ramah, maka Air Asia memanjakan tamu dengan berbagai cara supaya mereka merasa nyaman.
3. **BERSEMANGAT**, yang artinya melangkah lebih jauh untuk mencapai tujuan yang lebih besar daripada tujuan Air Asia sekarang ini. Katanya, orang yang

bersemangat dapat mengubah dunia dan itulah yang Air Asia pegang teguh dalam hati.

4. PENUH INTEGRITAS, yaitu Air Asia percaya bahwa segala hal yang patut dilakukan, lakukanlah dengan serius. Intinya bertindak hal yang benar setiap saat.
5. SADAR SELAMAT, yaitu dimana penerbangan yang aman adalah yang membahagiakan. Keselamatan penumpang adalah prioritas, sehingga Air Asia bekerja dengan hati-hati. Karena setiap kali ada hal yang menyangkut keselamatan, semua hal kecil akan Air Asia perhatikan.
6. BEKERJA KERAS, artinya dalam satu tim, bekerja bersama untuk mencapai tujuan utama. Baik memenuhi waktu pertukaran penerbangan 25 menit atau memastikan penumpang membayar tiket penerbangan termurah ke tempat tujuan, segalanya Air Asia lakukan sebagai tim. Semua untuk satu. Satu untuk semua.

### **1.1.3 Model Bisnis Perusahaan**

Air Asia merupakan salah satu maskapai penerbangan yang menggunakan strategi bisnis yaitu *low cost carrier* (LCC), strategi bisnis ini model penerbangan yang unik dengan strategi penurunan *operating cost*. Dengan melakukan efisiensi *cost* di semua lini, maskapai melakukan hal-hal diluar kebiasaan maskapai pada umumnya. Jika maskapai *full board service* melakukan penambahan layanan seperti *catering*, penyediaan koran, *in-flight entertainment*, *lounge*, *free taxi after landing*, dan lain sebagainya. Berlawanan dengan hal itu, maskapai *low cost carrier* (LCC) melakukan eliminasi layanan maskapai tradisional yaitu seperti dengan pengurangan *catering*, reservasi tiket pesawat dengan bantuan teknologi IT sehingga layanan terlihat lebih sederhana dan bisa cepat. Pelayanan yang sederhana ini berakibat dalam hal penurunan *cost*, namun faktor *safety* tetap dijaga untuk menjamin keselamatan penumpang hingga sampai ke tujuan.

*Low Cost Carrier (LCC)* adalah model bisnis penerbangan yang menyediakan harga tiket yang terjangkau serta layanan terbang yang minimalis. Intinya produk yang ditawarkan senantiasa berprinsip *low cost* untuk menekan dan mereduksi *operasional cost* sehingga bisa menjangkau segmen pasar bawah yang lebih luas.

AirAsia menganut prinsip *Low Cost Carrier (LCC)*, dengan komponen-komponen utamanya sebagai berikut :

1. Pemanfaatan pesawat terbang yang tinggi

Pesawat harus terbang sesering mungkin, penerbangan pertama lepas landas sepagi mungkin dan penerbangan terakhir terbang pada tengah malam. Perjalanan pulang pergi yang cepat sangat penting untuk memastikan waktu yang dihabiskan di darat sesedikit mungkin. Masa perputaran pesawat AirAsia adalah 25 menit jika dibandingkan dengan maskapai *full board service* yang masa perputarannya 1 jam. Rata-rata, pemanfaatan AirAsia per pesawat adalah 12 jam per hari, sedangkan sebuah pesawat *full board service* yang dimanfaatkan sekitar 8 jam per hari.

2. Tidak ada makanan dan minuman gratis. Jika ingin penumpang dipersilakan untuk membeli makanan dan minuman dengan harga yang terjangkau dari awak kabin.

3. Jatah berat bagasi dibatasi 7 kg per penumpang, jika penumpang ingin membawa bagasi yang lebih berat dari 7 kg maka diharuskan membayar biaya bagasi tambahan.

4. Beroperasi dengan efektif dan efisien.

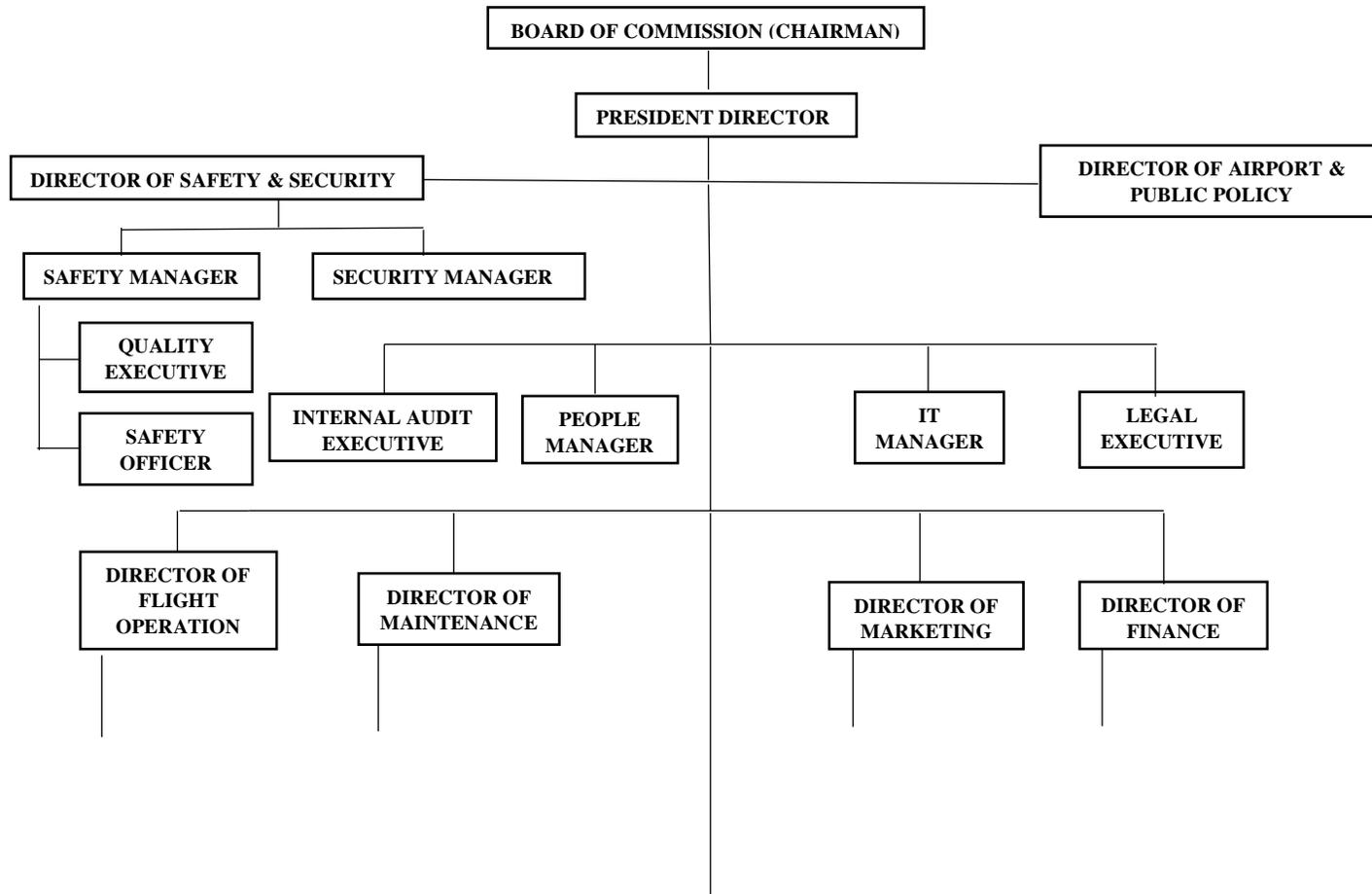
5. Fasilitas dasar

a. Bandara sekunder atau *Low Cost Carrier Terminal (LCCT)*

Maskapai berbiaya rendah biasanya terbang dari dan ke bandara yang tidak termasuk bandara tersibuk, Ini yang biasa disebut bandara sekunder. Beroperasi dari bandara sekunder lebih murah daripada di bandara utama yang lebih besar dan bandara sekunder tidak begitu padat dan "masa perputaran" pesawat terbang jauh lebih singkat.

b. Tidak disediakan *lounge* bisnis tempat untuk penumpang menunggu.

## Struktur Organisasi



*(Bersambung...)*



## 1.2 Latar Belakang

Seiring berjalannya waktu saat ini persaingan antar maskapai penerbangan tidak hanya terjadi dan didominasi oleh maskapai *full board service* yang merupakan maskapai penerbangan yang menyediakan dan memberikan *service* secara penuh kepada konsumennya seperti layanan *catering*, *in-flight entertainment*, *executive lounge*, jatah bagasi yang besar, dan lain-lain. Kini telah hadir beberapa maskapai dengan ide dan pemikiran inovatifnya memunculkan maskapai penerbangan berbiaya murah atau disebut *low cost carrier* (LCC) yang membuat persaingan antar maskapai semakin ketat dan kompetitif. Dengan munculnya maskapai berbiaya murah tersebut, membuat pangsa pasar penumpang maskapai penerbangan menjadi lebih luas sebab calon pelanggan yang biasanya hanya datang dari kalangan masyarakat dengan kemampuan ekonomi kelas atas, namun kali ini dengan hadirnya maskapai berbiaya murah tersebut membuat masyarakat yang tadinya tidak bisa atau sulit untuk menggunakan pesawat sebagai sarana transportasi untuk berpergian menjadi mungkin untuk menggunakan pesawat karena harga yang ditawarkan maskapai penerbangan lebih murah dan terjangkau kalangan masyarakat yang lebih luas dan otomatis itu membuat pilihan maskapai penerbangan untuk masyarakat berpergian menjadi lebih banyak. Selain itu, tuntutan mobilitas tinggi masyarakat zaman kini yang menginginkan sarana transportasi yang cepat dan murah menciptakan peluang sukses yang sangat besar untuk maskapai penerbangan berbiaya murah atau *low cost carrier* (LCC), kuncinya adalah maskapai penerbangan harus mampu memenuhi apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh para konsumen maskapai penerbangan.

LCC adalah redefinisi bisnis penerbangan dengan prinsip *low cost* untuk menekan *operational cost* sehingga bisa menjaring semua segmen pasar dengan layanan minimalis. Namun tidak membuat *airlines* yang menerapkan LCC menjadi murahan dan lemah pada segi keselamatan (*safety*). LCC sering juga disebut sebagai *Budget Airlines*, *no frills* atau *Discounter Carrier* (Dikutip dari [www.kompasiana.com](http://www.kompasiana.com), diakses pada 30 Agustus 2017). Yang dimaksud dengan *Budget Airline*, *no Frills*, dan

*Discounter Carrier* adalah jenis maskapai penerbangan yang dikategorikan sebagai penerbangan berbiaya murah, dimana dalam pelaksanaannya hanya menyediakan pelayanan yang benar-benar dibutuhkan konsumen, itu berarti maskapai tersebut tidak menyediakan pelayanan tambahan seperti maskapai penerbangan *full board service (Budget Airline)*, itulah hal yang menggambarkan maksud dari *no Frills* yaitu maskapai tanpa embel-embel yang berarti maskapai tersebut tidak memberikan embel-embel atau janji-janji memberikan layanan tambahan seperti pada maskapai *full board service*, hal ini disebabkan karena oleh karena prinsip LCC (*Low Cost Carrier*) yang menerapkan penerbangan berbiaya murah yang penuh dengan diskon (*Discounter Carrier*) dan promo membuat maskapai harus menekan biaya operasional seminimal mungkin.

Dengan hadirnya maskapai penerbangan berbiaya murah, sangat membantu sekali ketika kebutuhan masyarakat akan sarana transportasi pesawat udara yang semakin tinggi dari tahun ke tahunnya. Khususnya di Indonesia sebagai salah satu negara paling luas di dunia dengan banyak pulau-pulau yang terpisah dengan jarak yang cukup jauh membuat sarana transportasi udara menjadi favorit bagi masyarakat yang ingin melakukan perjalanan jauh antar pulau dengan menempuh waktu yang lebih cepat dibandingkan dengan sarana transportasi lainnya. Jumlah konsumen transportasi udara selalu mengalami peningkatan dari tahun ke tahunnya, hal tersebut dapat dilihat pada tabel 1.1 berikut:

**Tabel Error! No text of specified style in document..1**

**Statistik Pengguna Angkutan Udara di Indonesia dalam 5 Tahun Terakhir**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Penumpang</b>	<b>Persentase Kenaikan per Tahun</b>
2012	66,4 Juta	
2013	68,7 Juta	3,4 %
2014	72,6 Juta	5,6 %
2015	82,5 Juta	13,6 %
2016	95,6 Juta	15,8 %

*Sumber:* Data dari BPS Tahun 2016, diakses pada 30 Agustus 2017

Dari tabel 1.1 diatas terlihat dalam 5 tahun terakhir terjadi peningkatan dalam penggunaan transportasi udara yang ada di Indonesia yang dilihat dari jumlah penumpang yang selalu meningkat setiap tahun di Indonesia. Peningkatan ini terjadi secara bertahap dari tahun 2012 sampai dengan tahun 2016. Peningkatan tersebut terjadi karena transportasi udara menawarkan kecepatan dan jangkauan serta di ikuti juga meningkatkan pertumbuhan ekonomi yang tinggi (Dikutip dari [www.ekbis.sindonews.com](http://www.ekbis.sindonews.com) diakses pada 30 Agustus 2017).

Perkembangan maskapai penerbangan yang ada di Indonesia dari jumlah perusahaan penerbangan juga terjadi. Penambahan jumlah perusahaan penerbangan yang ada di Indonesia terbagi atas 2 kategori pelayanan yaitu *full board services* dan *low cost carrier*. Perbedaan Antara 2 kategori penerbangan tersebut adalah dalam hal kuantitas pelayanan. Jika dalam maskapai *full board service*, pelayanan diberikan secara menyeluruh, seperti layanan *catering*, *in-flight entertainment*, *executive lounge* dan lain-lain. Sedangkan dalam maskapai *low cost carrier* (LCC) layanan yang terdapat di maskapai *full board service* ditiadakan dengan tujuan meminimalkan biaya operasional yang harus ditekan karena harga tiket yang ditawarkan maskapai *low cost*

*carrier* (LCC) yang murah. Daftar perusahaan penerbangan tersebut dapat dilihat dari tabel 1.2 berikut:

**Tabel Error! No text of specified style in document..2**  
**Daftar Kategori Layanan Perusahaan Industri Penerbangan di Indonesia Tahun 2016**

Service Category	Airlines
<i>Full Service Airlines</i>	Garuda Indonesia, Batik Air
<i>Low cost Carrier</i>	Citilink, Lion Air, Wings Air, Air Asia Indonesia, Sriwijaya Air

*Sumber* : Data Direktorat Jenderal Perhubungan Tahun 2016

Dilihat dari tabel 1.2 dapat dilihat bahwa Air Asia termasuk penerbangan dengan kategori *low cost carrier* (LCC) yaitu penerbangan dengan biaya rendah atau sebuah maskapai penerbangan yang menyediakan harga tiket pesawat dengan harga terjangkau dengan mengurangi beberapa layanan umum bagi penumpang pesawat dan juga dengan menekan biaya operasional penerbangan seefisien mungkin sehingga harga tiket penerbangan dapat dijangkau oleh masyarakat luas.

Dari dua tabel yang ada di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa kebutuhan akan jasa transportasi udara di Indonesia terus meningkat dari tahun ke tahunnya, hal ini disebabkan oleh berbagai hal, seperti salah satunya yang paling utama adalah faktor geografis Indonesia yang terdiri dari beberapa pulau yang akan memakan waktu yang lama ketika penduduk melakukan perjalanan dari satu daerah ke daerah lainnya, oleh karena itu muncul jasa transportasi udara dengan segala kemudahan yang diberikannya, terutama dalam hal efektif dan efisiensi waktu yang akan didapat penumpang ketika menggunakan pesawat sebagai sarana mobilitasnya. Ini menunjukkan bahwa bisnis jasa transportasi udara di Indonesia merupakan bisnis yang sangat memiliki prospek yang sangat besar dan baik. Namun dengan persaingan antar maskapai penerbangan yang akan lebih ketat dari waktu ke waktunya, banyak faktor yang harus dipikirkan

oleh maskapai penerbangan mengenai hal-hal yang akan mempengaruhi sukses tidaknya suatu maskapai penerbangan.

Salah satu faktor yang mempengaruhi sukses tidaknya suatu maskapai penerbangan adalah apakah suatu maskapai penerbangan telah memberikan kualitas pelayanan terbaik mereka sehingga bisa menimbulkan rasa puas di dalam benak konsumen setelah menggunakan maskapai penerbangan tersebut.

Penelitian ini menggunakan objek penelitian yaitu salah satu maskapai penerbangan berbiaya murah atau *low cost carrier airline* (LCC) asal Malaysia bernama Air Asia. Dari tahun ke tahunnya Air Asia terus mendapatkan penghargaan dalam dunia penerbangan. Terkini grup AirAsia memborong 4 penghargaan di Skytrax *World Airline Awards 2017*. Skytrax *World Airline Awards* merupakan penghargaan tahunan yang digelar oleh Skytrax yang merupakan perusahaan konsultan Britania Raya yang melakukan riset mengenai maskapai penerbangan. Skytrax merupakan lembaga pemeringkat penerbangan independen yang dipercaya menjadi acuan standar global dalam menilai keunggulan maskapai. Penilaian tahun ini dilakukan melalui survei yang diikuti oleh lebih dari 19 juta pelanggan dari 105 negara di seluruh dunia. (Dikutip dari *www.detik.finance.com*, diakses pada 6 September 2017). Skytrax melakukan survei untuk menentukan maskapai, bandar udara, hiburan dalam pesawat, staff, dan elemen perjalanan udara terbaik lainnya. Selain survei ini, Skytrax juga memiliki forum maskapai penerbangan tempat penumpang pesawat dapat memberikan ulasan untuk dilihat oleh calon penumpang lain. Skytrax dikenal dengan Penghargaan Maspakai Dunia dan Penghargaan Bandar Udara Dunia tahunan.

Sebanyak 4 Penghargaan tersebut dibagi sama rata kepada AirAsia dan AirAsia X, dua perusahaan di bawah naungan Grup AirAsia. Penghargaan diberikan dalam acara Skytrax *World Airline Awards 2017* yang digelar di Le Bourge, Paris, Selasa (20/6/2017).

AirAsia menang pada kategori *Best Low-Cost Airline in Asia* dan *World's Best Low-Cost Airline*. Penghargaan yang terakhir disebut sudah dimenangkan sebanyak 9 kali berturut-turut. Sementara AirAsia X menang di kategori *Best Low-Cost Airline*

*Premium Class Seat* dan *World's Best Low-Cost Airline Premium Cabin*. Penghargaan yang terakhir disebut sudah dimenangkan lima kali berturut-turut.

Berikut adalah rincian peringkat 20 besar penghargaan *World's Best Low-Cost Airline* tahun 2017 yang baru saja didapat dan sudah dimenangi Air Asia selama 9 tahun berturut-turut sejak tahun 2009, dimana hal tersebut memperlihatkan superioritas Air Asia atas para kompetitornya sesama maskapai penerbangan berbiaya murah atau *low cost carrier airline* (LCC) dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

**Tabel Error! No text of specified style in document..3**  
**Peringkat World's Best Low-Cost Airline 2017**

No	Maskapai	No	Maskapai
1	Air Asia	11	West Jet
2	Norwegian	12	Scoot
3	Jet Blue Airways	13	Jet Star Asia
4	Easy Jet	14	Euro Wings
5	Virgin America	15	Ryan Air
6	Jetstar Airways	16	Vueling Airlines
7	Air Asia X	17	Tiger Air
8	Azul Linhas Aereas Brasileiras	18	Peach
9	Southwest Airlines	19	Air Canada Rouge
10	Indigo	20	Spice Jet

*Sumber : www.worldairlineawards.com* (Diakes pada 7 September 2017)

Survei Skytrax dilakukan dengan mengukur standar pada 49 indikator kinerja utama dari produk dan layanan garis depan maskapai, yang terdiri dari 3 bagian yaitu *ground/airport*, *onboard product*, dan *cabin service*. Berikut merupakan rincian indikator-indikator tersebut dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel Error! No text of specified style in document..4**

**Ground/Airport**

<b>No</b>	<b>Indikator Kinerja</b>	<b>No</b>	<b>Indikator Kinerja</b>
1	<i>Airline website</i>	10	<i>Boarding efficiency</i>
2	<i>Online booking</i>	11	<i>Airport staff: friendliness</i>
3	<i>Online Check-in</i>	12	<i>Airport staff: efficiency</i>
4	<i>Baggage/ carry-on policy</i>	13	<i>Airline Lounge : product facilities</i>
5	<i>Airport ticketing</i>	14	<i>Airline Lounge : staff efficiency</i>
6	<i>Check in : waiting times</i>	15	<i>Airline Lounge : staff hospitality</i>
7	<i>Check in : service standars</i>	16	<i>Transfer services</i>
8	<i>Self check-in</i>	17	<i>Arrival services</i>
9	<i>Pre-boarding procedures</i>	18	<i>Baggage Delivery</i>

**Tabel Error! No text of specified style in document..5**

**Onboard Product**

<b>No</b>	<b>Indikator Kinerja</b>	<b>No</b>	<b>Indikator Kinerja</b>
19	<i>Seat comfort</i>	28	<i>Choice of AV programming</i>
20	<i>Cabin cleanliness</i>	29	<i>On demand AV options</i>
21	<i>Toilet cleanliness</i>	30	<i>Cabin WiFi &amp; connectivity</i>
22	<i>Cabin lighting / ambience</i>	31	<i>Quality of meals</i>
23	<i>Cabin temperatures</i>	32	<i>Quantity of food</i>
24	<i>Cabin comfort &amp; amenities</i>	33	<i>Selection of meals</i>
25	<i>Reading materials</i>	34	<i>Standard / choice of beverages</i>
26	<i>Airline magazine</i>	35	<i>Selection of buy-onboard F&amp;B</i>
27	<i>IFE screen &amp; interface</i>	36	<i>Prices of buy-onboard F&amp;B</i>

**Tabel Error! No text of specified style in document..6  
Cabin Service**

<b>No</b>	<b>Indikator Kinerja</b>	<b>No</b>	<b>Indikator Kinerja</b>
37	<i>Boarding assistance</i>	44	<i>Cockpit PA information</i>
38	<i>Service friendliness / hospitality</i>	45	<i>Assisting families</i>
39	<i>Service attentiveness / efficiency</i>	46	<i>Problem solving skills</i>
40	<i>Staff language skills</i>	47	<i>Staff attitudes</i>
41	<i>Meal service efficiency</i>	48	<i>Staff service consistency</i>
42	<i>Cabin presence thru flight</i>	49	<i>Staff Grooming</i>
43	<i>Cabin PA announcements</i>		

---

*Sumber : www.worldairlineawards.com (Diakses pada 6 September 2017)*

Berdasarkan penjelasan tentang penghargaan yang didapat maskapai Air Asia di atas seakan menjadi bukti bahwa Air Asia telah diakui sebagai maskapai LCC (*Low Cost carrier*) terbaik di dunia saat ini. Data yang memperkuat pernyataan tersebut juga dapat dilihat pada tabel 1.7 yang menunjukkan jumlah penumpang maskapai Air Asia yang terus mengalami peningkatan dalam 5 tahun terakhir berikut:

**Tabel Error! No text of specified style in document..7**  
**Statistik Pengguna Air Asia dalam 5 dalam**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Penumpang</b>	<b>Persentase Kenaikan per Tahun</b>
2012	19,6 Juta	
2013	42,6 Juta	117,3 %
2014	45,6 Juta	7 %
2015	50,6 Juta	10,9 %
2016	56,6 Juta	11,8 %

*Sumber:* Data dari [www.airasia.com](http://www.airasia.com) *Annual Report* Air Asia, (diakses pada 6 September 2017)

Dalam laporan tahunan Air Asia menunjukkan bahwa dalam 5 tahun terakhir jumlah penumpang Air Asia terus meningkat. Dilihat dari tahun 2012 jumlah penumpang Air Asia sebanyak 19,6 juta. Pada tahun 2013 jumlah penumpang Air Asia meningkat sangat signifikan sebesar 117,3 % menjadi 42,6 juta penumpang. Pada tahun 2014 jumlah penumpang Air Asia meningkat sebesar 7 % menjadi 45,6 juta. Pada tahun 2015 jumlah penumpang Air Asia meningkat sebesar 10,9 % menjadi sebanyak 50,6 juta. Dan pada tahun 2016 jumlah penumpang Air Asia meningkat sebesar 11,8 % menjadi 56,6 juta. Penambahan jumlah penumpang yang terus menerus tersebut bisa mengindikasikan bahwa maskapai Air Asia memang merupakan LCC (*Low Cost Carrier*) terbaik di dunia saat ini.

Namun dalam sumber *website* yang berisi tentang *review* dan keluhan konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diberikan Air Asia setelah konsumen mempunyai pengalaman menggunakan maskapai Air Asia menunjukkan bahwa masih banyak keluhan yang menunjukkan bahwa tingkat kepuasan konsumen masih belum maksimal karena pelayanan yang belum berjalan maksimal menurut konsumen ketika terbang dengan maskapai Air Asia. Ada tiga sumber *website* terpercaya yang digunakan

peneliti untuk memperlihatkan keluhan-keluhan tersebut yaitu [www.airlinequality.com](http://www.airlinequality.com), [www.complaintsboard.com](http://www.complaintsboard.com), dan [www.tripadvisor.com](http://www.tripadvisor.com). *Website-website* ini berisi tentang berbagai macam *review* atau keluhan penumpang ketika mempunyai pengalaman terbang menggunakan maskapai tertentu, dan yang diambil peneliti yaitu mengenai Kualitas Pelayanan maskapai Air Asia. Khusus *website* [www.airlinequality.com](http://www.airlinequality.com), website ini merupakan website yang berafiliasi atau berhubungan dengan lembaga Skytrax yang merupakan perusahaan konsultan Britania Raya yang melakukan riset mengenai maskapai penerbangan. Skytrax merupakan lembaga pemeringkat penerbangan independen yang dipercaya menjadi acuan standar global dalam menilai keunggulan maskapai. Selain itu Skytrax melakukan survei untuk menentukan maskapai, bandar udara, hiburan dalam pesawat, staff, dan elemen perjalanan udara terbaik lainnya. Skytrax dikenal dengan Penghargaan Maspakai Dunia dan Penghargaan Bandar Udara Dunia tahunan.. Untuk lebih jelasnya, keluhan-keluhan tersebut dapat dilihat dalam tabel 1.8 berikut:

**Tabel Error! No text of specified style in document..8**  
**Keluhan Konsumen Air Asia**

No.	Nama Konsumen	Keluhan
1.	J. Harman (Bali-Phnom Penh via Kuala Lumpur. 11 November 2017). <i>Sumber</i> : <a href="http://www.airlinequality.com">www.airlinequality.com</a>	Ketika di Kuala Lumpur terjadi <i>delay</i> lebih dari 2 jam, staff dan Air Asia sama sekali tidak memberi informasi terkait <i>delay</i> tersebut. Ketika memesan tiket secara <i>online</i> Air Asia men <i>charged</i> 10% karena membayar menggunakan kartu kredit, dan <i>charged</i> tersebut tidak ditampilkan sebelum penumpang setuju untuk melakukan pembayaran.

(*Bersambung...*)

(Sambungan...)

- | No. | Nama Konsumen   | Keluhan   |
|-----|---|---|
| 2.  | R. Makash (Bali-<br>New Delhi via<br>Kuala Lumpur. 4<br>November 2017).       | Tempat duduk yang tidak nyaman.   |
|     | <i>Sumber</i> :   |   |
|     | <a href="http://www.airlinequality.com">www.airlinequality.com</a>            |   |
| 3.  | Prasad Paruchuri<br>(Hyderabad-Bali<br>via Kuala Lumpur.<br>27 Agustus 2017). | Terganggu dengan suara <i>Flight Attendant</i> (Pramugari) yang mengobrol dengan suara keras ketika tidak banyak pekerjaan, sungguh merupakan sikap yang tidak professional.  |
|     | <i>Sumber</i> :   |   |
|     | <a href="http://www.airlinequality.com">www.airlinequality.com</a>            |   |
| 4.  | Oliver Oswin<br>(Jakarta- Kuala<br>Lumpur. 2 Juli<br>2017).                   | Tempat duduk yang kurang empuk dan terdapat beberapa <i>Flight Attendant</i> (Pramugari) yang kurang ramah.   |
|     | <i>Sumber</i> :   |   |
|     | <a href="http://www.airlinequality.com">www.airlinequality.com</a>            |   |
| 5.  | C. Hanner<br>(Singapore- Kuala<br>Lumpur. 26 Mei<br>2017).                    | Penumpang merasa Air Asia adalah maskapai <i>budget</i> yang buruk. Itu terlihat dari staf darat dan <i>Flight Attendant</i> (Pramugari) yang bersikap kasar. Tidak konsisten dalam pemeriksaan keamanan. Itu terlihat dari beberapa orang yang terus diperbolehkan untuk |

(Bersambung...)

(Sambungan...)

- | No. | Nama Konsumen  | Keluhan  |
|-----|--|--|
|     | <u><a href="http://www.airlinequality.com">www.airlinequality.com</a></u>  | menggunakan ponsel dan sementara penumpang yang diawasi mematikan ponselnya.   |
| 6.  | Clay (2 Desember 2017).<br><i>Sumber</i> : <u><a href="http://www.complaintsboard.com">www.complaintsboard.com</a></u>                                   | Calon penumpang telah mencoba memesan penerbangan secara <i>online</i> selama 3 hari namun tidak pernah berhasil dan tidak ada bantuan dari <i>customer service call center</i> maskapai Air Asia. Sepertinya sistem pemesanan penerbangan secara <i>online</i> Air Asia mengalami gangguan.   |
| 7.  | Lottey Willshire (Gold Coast-Auckland. 30 November 2017).<br><i>Sumber</i> : <u><a href="http://www.complaintsboard.com">www.complaintsboard.com</a></u> | Terjadi perbedaan di Antara staf di Gold Coast dan Auckland mengenai koper kecil penumpang yang beratnya 7,7 kg. Ketika di Gold Coast itu tidak menjadi masalah dan telah diizinkan oleh staf disana, namun berbeda halnya ketika berada di Auckland untuk pulang. Aturan Air Asia memang mengatur batas maksimal berat barang bawaan adalah 7 kg, namun seharusnya perbedaan ini tidak terjadi jika staf konsisten mengikuti aturan. Ketika di Auckland penumpang menjelaskan hal tersebut kepada staf dan staf disana masih memaksa penumpang untuk membayar biaya kelebihan berat barang bawaan dan memeriksa barang bawaan penumpang dengan kasar. Sungguh merupakan pengalaman yang sangat buruk. |
| 8.  | Joey Teoh. (27 November 2017)<br><i>Sumber</i> :   | Perilaku yang tidak sopan dan kasar dari <i>Flight Attendant</i> (Pramugari) karena memindahkan barang penumpang tanpa izin terlebih dahulu.   |

(Bersambung...)

(Sambungan...)

- | No. | Nama Konsumen   | Keluhan   |
|-----|---|---|
|     | <u><a href="http://www.complaintsboard.com">www.complaintsboard.com</a></u>   |   |
| 9.  | Chloe Topham. (20 November 2017).<br><i>Sumber</i> : <u><a href="http://www.complaintsboard.com">www.complaintsboard.com</a></u>                | Penumpang kecewa karena <i>Check-in Counter</i> maskapai Air Asia belum buka ketika telah sampai di bandara. Hal tersebut tidak sesuai dengan <i>e-mail</i> pemberitahuan dari maskapai Air Asia yang menyatakan <i>Check-in Counter</i> buka dari 3 jam sebelum keberangkatan. Diakrenakan hal tersebut penumpang tersebut menjadi menunggu lebih lama yaitu selama 1 jam. Seharusnya maskapai Air Asia tidak perlu mengirim <i>e-mail</i> tersebut jika pada faktanya tidak bisa menerapkannya. |
| 10. | Abby Lim (Sydney-Kuala Lumpur. 9 November 2017).<br><i>Sumber</i> : <u><a href="http://www.complaintsboard.com">www.complaintsboard.com</a></u> | Layanan dari <i>Flight Attendant</i> (Pramugari) yang sangat buruk. Perlakuan dari <i>Flight Attendant</i> (Pramugari) yang kasar dan memperlakukan penumpang dengan tidak sopan dan emosional. Dan penyebab dari buruk dari <i>Flight Attendant</i> (Pramugari) tersebut dikarenakan sedang lapar sehingga menjadi emosional. Sungguh sikap yang sangat tidak professional dari seorang <i>Flight Attendant</i> (Pramugari) maskapai Air Asia.   |
| 11. | Jurg S (Singapore-Bali. 3 Desember 2017).<br><i>Sumber</i> : <u><a href="http://www.tripadvisor.com">www.tripadvisor.com</a></u>                | Kesalahan sistem maskapai Air Asia, membuat data pemesanan penumpang berubah. Ketika penumpang mendatangi kantor Air Asia data terus berubah, padahal saya telah melakukan pembayaran, sedangkan dari pihak Air Asia belum ada pengembalian uang atau bahkan mengakui bahwa kesalahan ada pada maskapai Air Asia. Padahal penumpang telah memperlihatkan  |

(Bersambung...)

(Sambungan...)

- | No. | Nama Konsumen   | Keluhan   |
|-----|---|---|
|     |   | buktinya. Itu memperlihatkan bahwa Air Asia tidak ramah konsumen.   |
| 12. | Exquisite.<br>(Singapore-Jakarta.<br>3 Desember 2017).              | Kursi tidak nyaman, kurangnya rasa dan keterampilan dalam melayani pelanggan, dan kurangnya kebersihan di dalam pesawat maskapai Air Asia.  |
|     | <i>Sumber</i> :   |   |
|     | <u><a href="http://www.tripadvisor.com">www.tripadvisor.com</a></u> |   |
| 13. | Sarah G (Jakarta-Sihanoukville.<br>3 Desember 2017).                | Belum adanya pilihan makanan vegetarian yang tersedia dalam penerbangan maskapai Air Asia, ketika penumpang menginginkannya maka harus mememesannya terlebih dahulu sebelumnya.   |
|     | <i>Sumber</i> :   |   |
|     | <u><a href="http://www.tripadvisor.com">www.tripadvisor.com</a></u> |   |
| 14. | Afif F. (Jakarta-Singapore.<br>3 Desember 2017).                    | Sebagai maskapai dengan penghargaan LCC terbaik berturut-turut pengalaman yang penumpang alami tidak menyenangkan, yaitu delay yang sangat buruk.   |
|     | <i>Sumber</i> :   |   |
|     | <u><a href="http://www.tripadvisor.com">www.tripadvisor.com</a></u> | Penumpang tidak mendapatkan kompensasi, tapi hanya permintaan maaf. Sebagai perusahaan besar seharusnya Air Asia harus bisa mengatasinya dengan baik.   |
| 15. | Jinsta. (Perth-Bali.<br>3 Desember 2017).                           | Tidak bisa memilih makanan yang diinginkan, padahal sudah melakukan pembayaran pemesanan makanan untuk penerbangan 2 bulan lagi ketika memesan tiket secara <i>online</i> . Dan ketika dalam penerbangan makanan yang datang hanya sebuah <i>sandwich</i> yang sangat kecil, tentu hal tersebut sangat mengecewakan dan tentu hal |
|     | <i>Sumber</i> :   |   |
|     | <u><a href="http://www.tripadvisor.com">www.tripadvisor.com</a></u> |   |

(Bersambung...)

(Sambungan...)

No. Nama Konsumen

Keluhan

tersebut sangat mengecewakan dan penumpang merasa telah ditipu dan tidak akan lagi naik maskapai Air Asia di masa depan.

Sumber : [www.airlinequality.com](http://www.airlinequality.com), [www.complaintsboard.com](http://www.complaintsboard.com), dan [www.tripadvisor.com](http://www.tripadvisor.com) (Diakses pada 4 Desember 2017)

Berdasarkan pemaparan keluhan konsumen Air Asia setelah memiliki pengalaman terbang dengan maskapai Air Asia di atas, dapat dilihat bahwa masih banyak keluhan akan kualitas pelayanan yang diberikan Air Asia yang menurut konsumen belum maksimal. Dari keluhan tersebut dapat diketahui bahwa sebenarnya menurut konsumen pelayanan yang diberikan oleh Air Asia masih belum terlaksana dengan baik dan maksimal, sehingga menimbulkan rasa tidak puas pada konsumen.

Penelitian ini menggunakan variabel Kualitas Pelayanan sebagai alat ukur untuk mengukur sejauh mana Kepuasan Konsumen terhadap pelayanan yang telah diberikan oleh maskapai Air Asia. Sub variabel Kualitas Pelayanan yang digunakan dalam penelitian ini adalah berdasarkan dari penelitian internasional berjudul “*Customer Satisfaction Level Provided by Air Asia*” yang dilakukan oleh Isnurhadi, Khiang, & Sukati (2015). Lima sub variabel tersebut adalah (*Online Purchasing Flight Ticket*) yang merupakan faktor yang berhubungan dengan kualitas *website* dalam hal kecepatan, keamanan, dan kemudahan dalam proses pembelian tiket secara online dari maskapai. (*Check-In Counter Service*) yang merupakan faktor yang berhubungan dengan waktu tunggu antrian dan bagaimana sikap para staff ketika melayani penumpang dalam melakukan aktivitas *check-in* di *counter* sebelum melakukan penerbangan. (*Flight Attendant*) merupakan faktor yang berhubungan sikap pramugari dalam melayani penumpang dan apakah pelayanan yang diberikan oleh pramugari tersebut telah memenuhi kebutuhan dan keinginan selama penerbangan. (*Aircraft Condition*) merupakan faktor yang berhubungan dengan kenyamanan tempat duduk,

kebersihan toilet, serta faktor keselamatan dan keamanan dari pesawat. dan (*Food Service*) merupakan faktor yang berhubungan dengan bagaimana pandangan penumpang tentang makanan dan minuman yang dijual atau ditawarkan dalam penerbangan.

Berdasarkan tabel 1.8 yang berisi tentang keluhan konsumen terhadap kualitas pelayanan maskapai Air Asia, terdapat berbagai macam keluhan yang berhubungan dengan dimensi yang terdapat dalam variabel Kualitas Pelayanan yang digunakan peneliti dalam penelitian ini seperti yang dijelaskan sebelumnya. Keluhan yang berhubungan dengan sub variabel *Online Purchasing Flight Ticket* terdapat pada keluhan dengan nomor tabel 1, 6, 11, dan 15. Masalah yang timbul meliputi masih terjadinya *error* atau kesalahan sistem dalam pemesanan atau pembelian tiket secara *online*, hal tersebut tentunya juga akan berpengaruh terhadap keamanan proses pembayaran dan kemudahan sistem pembelian tiket maskapai Air Asia secara keseluruhan. Keluhan yang berhubungan dengan sub variabel *Check-In Counter Service* terdapat pada keluhan dengan nomor tabel 5, 7, 9, dan 14. Masalah yang timbul meliputi waktu tunggu *check-in* yang lama, selain itu terdapat staff maskapai Air Asia yang bersikap tidak ramah dan sopan ketika melayani penumpang, serta terdapat staff Air Asia yang kurang memiliki kemauan untuk menyelesaikan setiap masalah yang timbul. Keluhan yang berhubungan dengan sub variabel *Flight Attendant* terdapat pada keluhan dengan nomor tabel 3, 4, 5, 8, dan 10. Masalah yang timbul meliputi buruknya sikap yang ditunjukkan pramugari karena bersikap tidak ramah dan sopan dalam melayani penumpang selama penerbangan, hal itu menunjukkan kurang tanggung jawab dan profesionalisme pramugari maskapai Air Asia dalam melayani penumpang. Selain itu hal tersebut mengakibatkan pelayanan yang diberikan pramugari maskapai Air Asia tidak memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen selama dalam penerbangan. Keluhan yang berhubungan dengan sub variabel *Aircraft Condition* terdapat pada keluhan dengan tabel nomor 2, 4, 5 dan 12. Masalah yang timbul meliputi tidak nyamannya tempat duduk, kurang bersihnya pesawat, dan faktor keselamatan dan keamanan yang dipertanyakan karena terdapat beberapa penumpang yang

diperbolehkan menggunakan ponsel ketika dalam penerbangan. Keluhan yang berhubungan dengan sub variabel *Food Service* terdapat pada keluhan dengan tabel nomor 13 dan 15. Masalah yang timbul meliputi belum adanya pilihan makanan yang sesuai dengan kebutuhan atau keinginan konsumen dan kurang enak dan lezatnya makanan yang ditawarkan dan dijual pada saat penerbangan maskapai Air Asia.

Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan sebuah fenomena permasalahan yang terdapat pada maskapai Air Asia yaitu, secara jumlah memang terus terjadi penambahan penumpang maskapai Air Asia dalam 5 tahun terakhir, tetapi jika melihat lebih ke bagian pelayanan konsumennya maka masih terdapat banyak masalah seperti yang terlihat pada tabel 1.8 yang berisi tentang keluhan konsumen ketika memiliki terbang dengan maskapai Air Asia yang diambil dari sumber *website* yaitu [www.airlinequality.com](http://www.airlinequality.com), [www.complaintsboard.com](http://www.complaintsboard.com), dan [www.tripadvisor.com](http://www.tripadvisor.com). Hal tersebut menandakan pelayanan yang diberikan belum berjalan dengan maksimal atau belum sesuai dengan harapan konsumen yang akhirnya menimbulkan ketidakpuasan pada konsumen. Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara variabel Kualitas Pelayanan yang digunakan dalam penelitian ini, yang terdiri dari *Online Purchasing Flight Ticket*, *Check-in Counter Service*, *Flight Attendant*, *Aircraft Condition* dan *Food Service* terhadap Kepuasan Konsumen maskapai Air Asia. Hal ini juga dibuktikan oleh adanya penelitian internasional yang dilakukan oleh Isnurhadi, Khiang, & Sukati (2015) yang berjudul “*Customer Satisfaction Level Provided by Air Asia*”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen maskapai Air Asia. Sedangkan secara parsial semua variabel dari Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen maskapai Air Asia. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa sub variabel dari Kualitas Pelayanan dalam penelitian ini dapat digunakan untuk melihat pengaruhnya terhadap Kepuasan Konsumen maskapai Air Asia.

Bagi industri jasa, kualitas pelayanan merupakan hal penting dalam memuaskan konsumen. Menurut Tjiptono (2011:59) kualitas pelayanan jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk

memenuhi keinginan konsumen. Apabila jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan jasa dipersepsikan dengan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya, jika jasa diterima lebih rendah daripada yang diharapkan maka kualitas pelayanan jasa dipersepsikan buruk. Jika kualitas pelayanan yang diterima buruk, membuat konsumen merasa tidak puas, hal tersebut sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan atau dibandingkan dengan harapannya (Sunyoto, 2012:35). Jika kinerja berada di bawah harapan, konsumen tidak puas. Jika memenuhi harapan, maka konsumen akan puas. Jika melebihi harapan, konsumen sangat puas atau senang (Kotler dan Keller, 2013:177).

Dalam penelitian ini peneliti membagikan kuisisioner melalui *google form online* yang dikirim ke grup facebook *backpacker* dunia sebagai tujuan utama pembagian kuisisioner. Alasan peneliti memilih *backpacker* dunia sebagai tujuan utama pembagian kuisisioner adalah karena pada umumnya atau sebagian besar anggota grup tersebut berisi orang-orang yang memiliki hobi *travelling* dengan *low budget* yang sering disebut *backpacker*. *Low budget* artinya artinya orang-orang tersebut *travelling* dengan biaya yang kecil, terbatas, atau seefisien mungkin. Orang yang disebut *backpacker* tentu saja akan mencari maskapai penerbangan dengan biaya yang murah atau sering disebut *Low Cost Carrier* (LCC) ketika ingin menggunakan pesawat sebagai alat transportasi dalam kegiatan *travelling* nya, sehingga besar kemungkinan banyak terdapat konsumen maskapai Air Asia di dalam grup *backpacker* dunia tersebut. Grup facebook *backpacker* dunia beranggotakan orang-orang yang berasal dari berbagai provinsi di Indonesia. Sehingga sangat besar kemungkinan jika responden yang akan didapatkan peneliti akan berasal dari berbagai provinsi di Indonesia. Oleh karena itu, pada deskripsi responden di awal kuisisioner peneliti akan menanyakan dimana kota atau provinsi tempat tinggal responden. Dalam grup facebook *backpacker* dunia ini para anggotanya saling berdiskusi dan berbagi pengalaman tentang berbagai macam hal

yang berhubungan dengan kegiatan *travelling* yang sudah pernah dialami atau dirasakan sebelumnya.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti bermaksud melakukan penelitian mengenai konsumen maskapai Air Asia, sehingga peneliti menetapkan judul penelitian yaitu **“Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Maskapai Air Asia”**.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kualitas pelayanan di maskapai Air Asia?
2. Bagaimana kepuasan konsumen di maskapai Air Asia?
3. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen maskapai Air Asia secara simultan?
4. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen maskapai Air Asia secara parsial?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan peneliti melakukan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan maskapai Air Asia?
2. Untuk mengetahui kepuasan konsumen maskapai Air Asia?
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen maskapai Air Asia secara simultan?
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen maskapai Air Asia secara parsial?

## **1.5 Kegunaan Penelitian**

Dengan penelitian tugas akhir ini, adapun kegunaan penelitian yang peneliti harapkan sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis
  - a. Bagi peneliti, untuk mengimplementasikan teori yang peneliti dapatkan selama perkuliahan pada prodi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom tentang Manajemen Pemasaran Jasa terkait dengan kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen serta pengaruh antara keduanya.
  - b. Bagi Universitas Telkom, penelitian yang peneliti susun ini bisa menjadi referensi tambahan bagi peneliti selanjutnya sebagai pengembangan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang Manajemen Pemasaran Jasa yang membahas kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.
2. Kegunaan Praktis
  - a. Bagi Perusahaan, penelitian ini diharapkan bisa menjadi pengetahuan tambahan bagi Perusahaan mengenai pentingnya kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada maskapai Air Asia.
  - b. Bagi peneliti selanjutnya, peneliti berharap penelitian ini bisa menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang melakukan penelitian sejenis.

## **1.6 Sistematika Penelitian**

Sistematika penelitian dibuat untuk memberikan gambaran umum tentang penelitian yang dilakukan dan untuk kejelasan penelitian hasil penelitian. Dengan sistematika penelitian sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini menjelaskan tentang gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penelitian.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan mengenai teori-teori yang berkaitan dengan masalah yang dibahas, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian dan ruang lingkup penelitian.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini membahas metode penelitian yang digunakan, jenis penelitian, variabel operasional, tahapan penelitian, populasi dan sampel, pengumpulan data dan teknik analisis data.

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini membahas analisa data-data yang telah peneliti dapatkan dari penelitian dengan menggunakan metode analisis yang telah ditetapkan sebelumnya.

### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisi kesimpulan akhir penelitian serta saran-saran untuk objek penelitian ataupun pihak-pihak terkait lainnya.