

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

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

#### **1.1.1 Profil Lion Air**

Lion Air merupakan jasa pelayanan maskapai penerbangan yang secara hukum didirikan sebagai PT Lion Mentari pada 15 November 1999. Lion Air yang didirikan oleh Rusdi Kirana dan Kusnan Kirana menjadi maskapai swasta terbesar di Indonesia yang berpangkalan pusat di Jakarta dan mulai beroperasi pada 30 Juni 2000 dengan penerbangan perdana dari Jakarta menuju Pontianak menggunakan pesawat dengan tipe boeing 737-200. Mengusung slogan “We Make People Fly”, Lion Air menggunakan konsep *Low-Cost Carrier* yaitu menetapkan harga yang rendah sehingga dapat merubah stigma masyarakat bahwa dengan tetap mengutamakan keselamatan, keamanan, dan kualitas penerbangan siapapun bisa terbang bersama Lion Air.

Sejak penerbangan perdananya di tahun 2000, Lion Air terus menunjukkan perkembangan yang baik di mana pada tahun 2002 Lion Air memulai penerbangan dengan rute internasional antara Jakarta dan Singapura. Diakhir tahun 2003 total kapasitas kursi menjadi lebih dari 3.300 kursi dengan 32 tujuan dan lebih dari 50 penerbangan per hari. Kemudian, di tahun 2005 Lion Air memesan 30 pesawat Boeing 737-900ER sebagai upaya Lion Air menjadi maskapai penerbangan biaya rendah terbaik di Asia.

Lion Air terus berkembang pesat di mana tahun 2010 menjadi tahun pertama Lion Air mengangkut lebih dari 20 Juta penumpang. Lion Air menjalin kemitraan dengan Airbus untuk pelatihan pilot di tahun 2015 yang kemudian pada tahun 2016 Lion Air memulai penerbangan ke China dan memperoleh sertifikat dari IOSA (IATA Operation Safety Audit) yaitu sertifikasi keselamatan internasional. Kemudian, Lion Air mengangkut lebih dari 35 juta penumpang di tahun 2017 dan memperoleh sertifikasi ulang IOSA pada tahun 2018 serta mencapai lebih dari 318 juta penumpang yang diangkut.

Secara strategis sejak tahun 2018 Lion Air memperluas layanan penumpang ke pasar internasional yaitu Singapura, Malaysia, Arab Saudi, dan China. Dengan tetap fokus melakukan pengoperasian yang efisien secara biaya dan berkomitmen mutlak untuk menyediakan pilihan biaya terendah kepada penumpang dan kargo

untuk seluruh destinasi (lionair.co.id). Dalam perkembangannya, Lion Air juga menjadi maskapai penerbangan resmi Miss Universe dan Puteri Indonesia sejak tahun 2004 dan Miss Asean di tahun berikutnya (merdeka.com).

IATA memperkirakan bahwa pada tahun 2037 Indonesia akan menjadi pangsa pasar penerbangan terbesar keempat di dunia dan Lion Air bangga dapat memainkan peran dalam pembangunan di Indonesia. Keberhasilan Lion Air menjadi maskapai penerbangan bertarif rendah di Indonesia dibangun dengan memberikan nilai tarif yang rendah kepada pelanggan, jadwal penerbangan yang nyaman dan rute penerbangan yang beragam sesuai kepentingan 260 juta orang dengan populasi terbesar di Asia Tenggara (lionair.co.id).

### 1.1.2 Logo Lion Air



**Gambar 1.1 Logo Lion Air**

Sumber: <https://www.lionair.co.id/>

Logo Lion Air dibuat oleh pendiri Lion Air Group yaitu Rusdi Kirana. Logo yang digunakan Lion Air melambangkan semangat dan keberanian dalam bidang transportasi udara dalam memenuhi kebutuhan manusia dapat dilihat dari simbol kepala singa yang menggambarkan semangat dan keberanian, elemen sayap yang menggambarkan jenis usaha penerbangan, serta elemen matahari yang menggambarkan kebutuhan manusia.

### 1.1.3 Visi dan Misi Lion Air

Visi dan Misi Maskapai Lion Air

#### a. Visi

Menjadi perusahaan penerbangan swasta nasional yang melayani penerbangan domestik dan internasional dengan berpedoman kepada prinsip-prinsip keselamatan dan keamanan penerbangan yang telah ditetapkan Lion Air.

#### **b. Misi**

Menjadi perusahaan penerbangan nasional inovatif, efisien, dan professional dalam menjangkau beberapa kota yang ada di Indonesia sehingga akan lebih banyak pengguna yang dapat terbang bersama armada Lion Air.

### **1.2 Latar Belakang Penelitian**

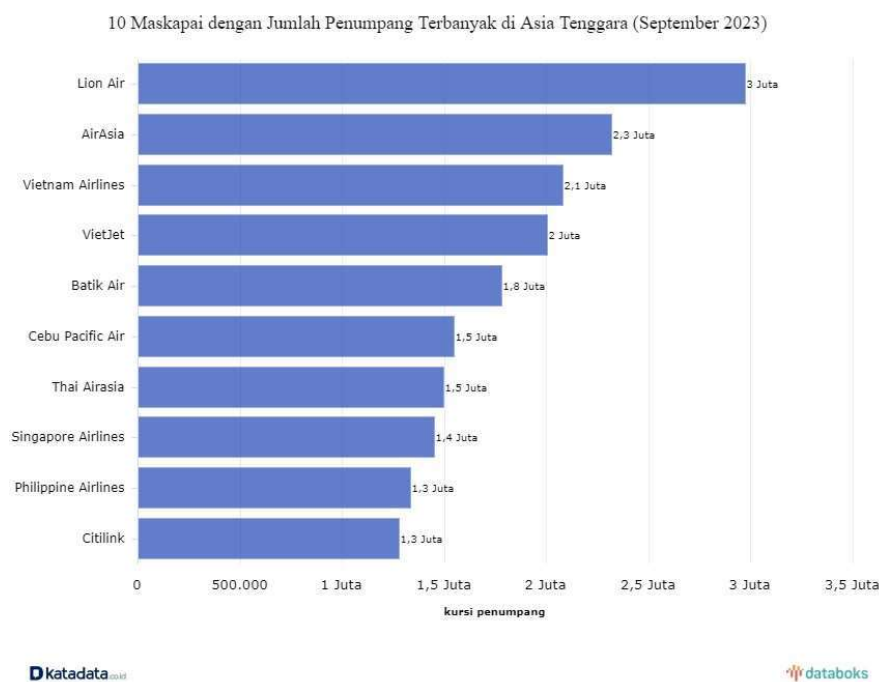
Di era saat ini, transportasi sudah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dalam kehidupan manusia, transportasi dapat memenuhi kebutuhan mobilitas manusia seperti pendidikan, pekerjaan, dan kegiatan sehari-hari. Indonesia dikenal dengan kondisi geografisnya yang luas terbentang lebih dari lima ribu kilometer dari timur ke barat yang merupakan negara kepulauan, sehingga dengan adanya transportasi dapat memudahkan manusia untuk berpindah dari satu tempat ke tempat lainnya. Salah satu transportasi yang dapat memenuhi kebutuhan mobilitas manusia adalah transportasi udara, transportasi udara dapat mempermudah manusia untuk berpindah dari satu kota ke kota lainnya dengan waktu tempuh yang lebih cepat dan mampu menjangkau daerah yang sulit diakses menggunakan transportasi lainnya.

Perkembangan transportasi udara di Indonesia saat ini semakin pesat dikarenakan kebutuhan masyarakat akan transportasi udara semakin tinggi. Hal tersebut dapat dilihat dari jumlah penumpang pesawat pada tahun 2022 yang mencapai 55,85 juta orang jumlah tersebut melonjak 84,96% dibandingkan tahun sebelumnya sebesar 30,2 juta orang. Secara rinci, jumlah penumpang penerbangan domestik sebesar 52,65 juta orang sedangkan untuk penerbangan internasional sebesar 3.3 juta orang (dataindonesia.id). Secara statistik, pertumbuhan industri penerbangan di Indonesia berada di urutan ke-7 dengan pertumbuhan tercepat di dunia dengan mendominasi pasar penerbangan di Asia Tenggara (kompas.id).

Perkembangan industri penerbangan di Indonesia mendorong persaingan antar maskapai penerbangan. Penerbangan dengan biaya rendah (*Low Cost Carrier*) mendominasi pangsa pasar penumpang penerbangan domestik di Indonesia. Wayan (2010) dalam Novan (2022) menyebutkan bahwa *Low Cost Carrier* meminimalkan

biaya layanan konsumen dengan meniadakan catering, menggunakan e-tiket, dan pengurangan bagasi sehingga mampu mengurangi *operational cost* dalam sistem pelayanannya serta kapasitas kelas ekonomi yang ada di maskapai LCC lebih banyak dari penerbangan maskapai regular.

PT Lion Mentari Airlines beroperasi sebagai Lion Air merupakan salah satu maskapai penerbangan swasta pertama di Indonesia yang masuk pada kategori maskapai bertarif rendah (*Low-Cost Carrier*). Gambar 1.2 menunjukkan bahwa Lion Air juga menjadi maskapai dengan pengguna terbanyak di Indonesia dan Asia Tenggara, dimana tercatat memiliki 2.97 juta kursi penumpang terisi per Agustus 2023 (databoks.katadata.co.id).

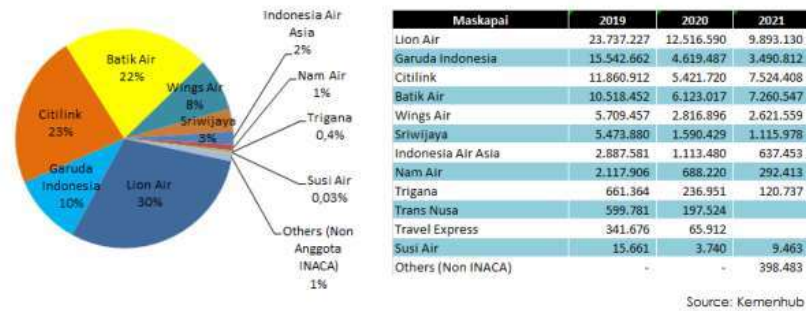


**Gambar 1.2 Maskapai dengan Penumpang Terbanyak di Asia Tenggara**

Sumber: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/10/02/lion-air-maskapai-dengan-penumpang-terbanyak-di-asean-pada-september-2023>

Pertumbuhan industri penerbangan di Indonesia mengalami peningkatan, yang mana maskapai Lion Air menjadi pangsa pasar penerbangan domestik di Indonesia, namun pada gambar 1.3 berdasarkan laporan tahunan INACA pada tahun 2019 sampai tahun 2021 diketahui bahwa Lion Air mengalami penurunan jumlah penumpang domestik.

**Penumpang Domestik 2021  
Maskapai Penerbangan Nasional**



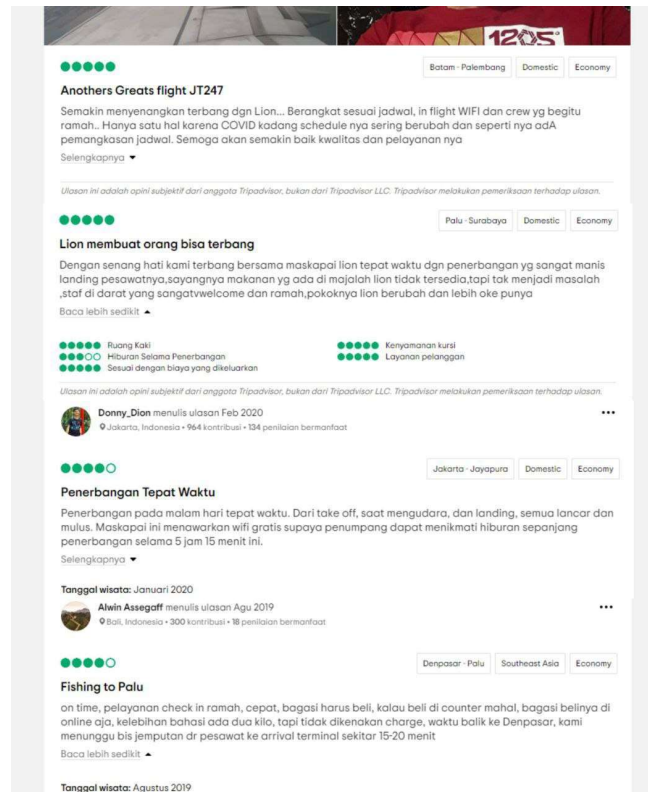
**Gambar 1.3 Data Penumpang Domestik 2019 - 2021**

Sumber: INACA *annual report* (2021)

Penurunan jumlah penumpang Lion Air menandakan *repurchase intention* penumpang rendah. Dalam industri penerbangan *repurchase intention* rendah dapat disebabkan oleh berbagai faktor, salah satu faktor yang dapat menjadi penyebab *repurchase intention* rendah yaitu *service quality* yang buruk. Menurut Law et al., (2022), *service quality* adalah salah satu faktor kritis bagi penentu kesuksesan sebuah maskapai dalam industri penerbangan.

Beroperasi sejak tahun 2000 hingga saat ini Lion Air terus menerus menambah armada penerbangan dan berupaya terus untuk meningkatkan *service quality*. Peningkatan *service quality* yang dilakukan Lion Air dapat dilihat bahwa pada triwulan pertama 2019 Lion Air mencatatkan tingkat ketepatan waktu (*On Time Performance*) hingga mencapai 85,97%.

Kemudian, pada tahun 2020 seluruh pesawat Lion Air dilengkapi HEPA Filter dalam upaya melakukan peningkatan kualitas udara dan kebersihan kabin untuk mengurangi penyebaran virus termasuk *Corona Virus Disease 2019* (Covid-19). Yang terbaru di tahun 2022 Lion Air menghadirkan nomor layanan kontak pelanggan dengan tujuan untuk mempermudah proses komunikasi dari pelanggan menggunakan aplikasi pesan instan terpopuler di dunia yaitu WhatsApp (lionair.co.id).

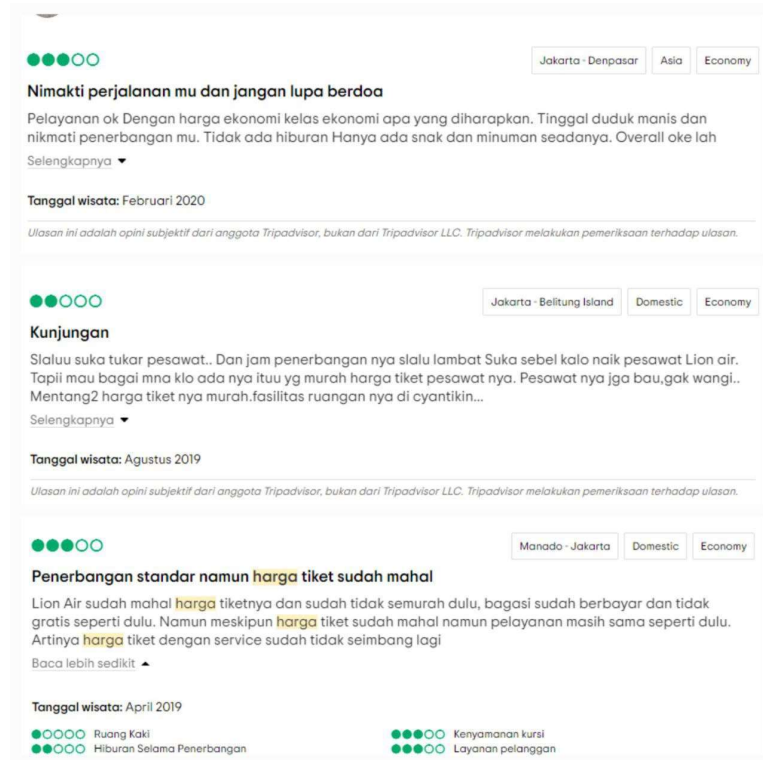


**Gambar 1.4 Reviews Peningkatan *Service Quality* Lion Air**

Sumber: Tripadvisor (2023)

Peningkatan *service quality* yang dilakukan maskapai Lion Air dapat dilihat dari *online customer review* di *website* tripadvisor. *Online customer review* merupakan ulasan konsumen tentang pengalaman dalam menggunakan produk atau layanan yang dapat memberikan informasi atau referensi untuk konsumen lain. Pada gambar 1.4 diketahui bahwa penumpang merasa senang dengan layanan yang diberikan maskapai Lion Air. Ketepatan waktu keberangkatan, fasilitas Wi-Fi selama penerbangan, staf yang ramah, dan perjalanan yang mulus mulai dari *take off* hingga *landing* membuat penumpang merasa puas dengan *service quality* Lion Air yang dapat didapatkan dengan harga yang terjangkau.

Menurut Law et al., (2022), terdapat banyak faktor penting yang merupakan bagian *service quality* sebuah maskapai penerbangan, antara lain *Price and Perceived Value*, *Ease of Convenience*, *Reliability and Dependability*, *Service Interaction*, dan *Safety*. Berbagai faktor tersebut harus menjadi perhatian penuh dari maskapai penerbangan karena akan berpengaruh secara signifikan terhadap *Customer Satisfaction* dan *Repurchase Intention*.

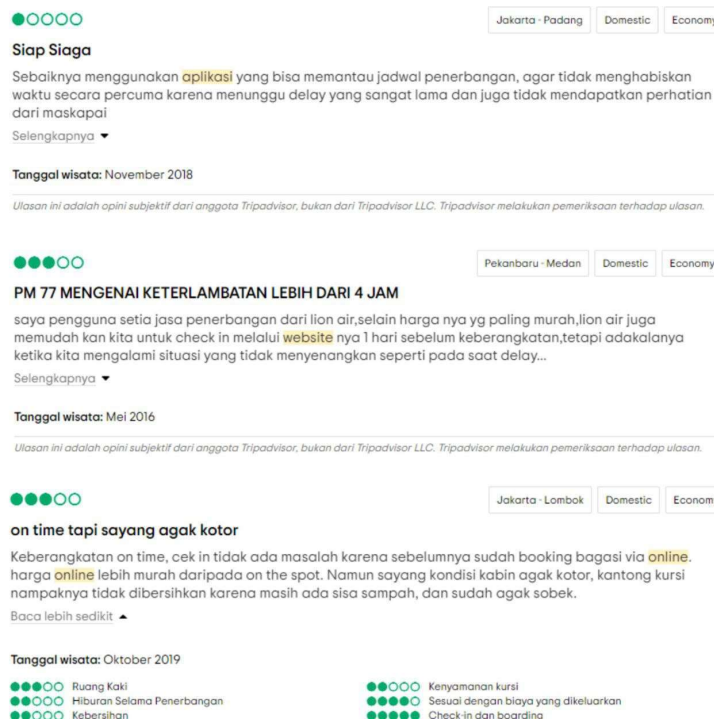


**Gambar 1.5 Reviews Price and Perceived Value Penumpang Lion Air**

Sumber: Tripadvisor (2023)

Sesuai dengan konsep “Low Cost Carrier” yang digunakan Lion Air, *Price and Perceived Value* yang ditawarkan oleh Lion Air adalah harga yang lebih terjangkau dibandingkan maskapai “Full Service” dan juga sesuai dengan *value* yang ditawarkan. Lion Air memberikan nilai lebih ekonomis serta terjangkau sesuai dengan pilihan bagasi yang disesuaikan dengan tingkat keperluan masing-masing penumpang (lionair.co.id). Pada gambar 1.5 diketahui bahwa penumpang yang menggunakan maskapai Lion Air cukup puas dengan harga ekonomis yang ditawarkan Lion Air walau dengan fasilitas yang standar.

Selain itu, terdapat juga konsumen yang kurang puas dengan layanan dan fasilitas yang didapatkan akan tetapi tetap membeli dikarenakan harga yang lebih murah dan terjangkau. Meskipun Lion Air menggunakan konsep *Low-Cost Carrier* namun terdapat juga penumpang yang mengeluhkan harga maskapai Lion Air yang dinilai mahal. Lee (2015) dalam (Law et al., 2022) menyatakan bahwa kepuasan dalam pengalaman pengguna tercipta ketika konsumen membuat keputusan pembelian dengan membayar harga yang lebih rendah dari nilai yang diharapkan.



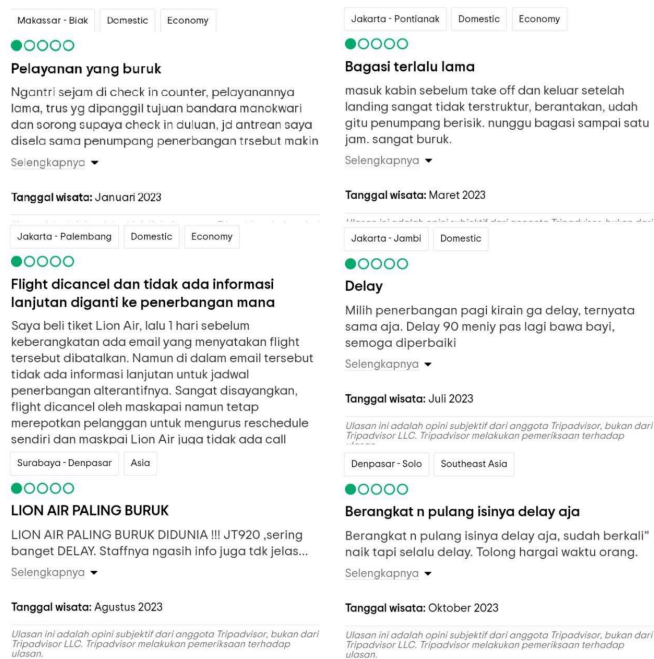
**Gambar 1.6 Reviews Ease of Convenience Lion Air**

Sumber: Tripadvisor (2023)

*Service quality* lain yang diupayakan oleh Lion Air adalah *Ease of Convenience* yaitu dengan memberikan kemudahan bagi konsumen untuk melakukan pencarian penerbangan, pembelian tiket, menghubungi agen layanan, hingga *check-in online* dengan menyediakan *website* dan aplikasi. *Ease of Convenience* atau kemudahan kenyamanan dalam industri penerbangan mengacu pada kemudahan penumpang mulai dari proses pemesanan tiket, agen layanan yang mudah dihubungi, *check-in*, hingga tiba ditempat tujuan (Law et al., 2022). Pada gambar 1.6 dapat dilihat bahwa penumpang merasa lebih mudah melakukan pemesanan tiket, *check in*, dan *booking* bagasi secara *online* melalui *website* dan aplikasi.

*Website* resmi Lion Air dapat diakses dengan mudah melalui [www.lionair.co.id](http://www.lionair.co.id) serta melalui aplikasi Lion Air yang dapat diunduh di playstore dan di App Store. Hal tersebut dilakukan Lion Air sebagai upaya meningkatkan *service quality*, dengan adanya layanan *online* tersebut dapat memudahkan penumpang sehingga penumpang akan merasa nyaman karena dapat diakses dimanapun dan kapanpun tanpa harus datang langsung ke agen travel.



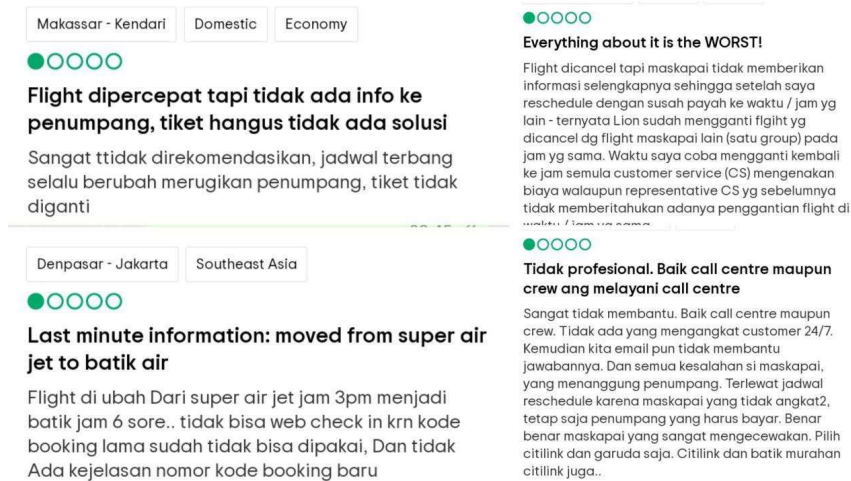


**Gambar 1.7 Reviews Reliability and Dependability Penumpang Lion Air**

Sumber: Tripadvisor (2023)

Selanjutnya, upaya peningkatan *service quality* terkait *reliability and dependability* Lion Air dapat dilihat mulai tahun 2019. Lion Air berhasil meraih 85.97% tingkat ketepatan waktu (*On Time Performance*) berdasarkan perhitungan dari Laporan *Integrated Operation Control Center* (IOCC). Namun demikian, dapat dilihat dari gambar 1.7 masih banyak penumpang yang mengeluhkan keterlambatan penerbangan dari waktu yang ditentukan. Dalam industri penerbangan, menurut Law et al., (2022), *Reliability and dependability* mengacu pada kinerja tepat waktu maskapai (*On Time Performance*). Keterlambatan penerbangan yang dialami penumpang Lion Air disebabkan oleh beberapa hal diantaranya *delay*, penerbangan yang dibatalkan, serta kedatangan bagasi di ruang bagasi terlalu lama.

Permenhub dalam Indonesiabaik.id (2023) menyebutkan keterlambatan penerbangan pesawat terdiri dari 3 jenis. Pertama, keterlambatan penerbangan. Kedua, tidak terangkutnya penumpang dengan alasan kapasitas pesawat udara. Ketiga, pembatalan penerbangan. Keterlambatan penerbangan memiliki dampak dapat merugikan konsumen karena jadwal atau kegiatan yang telah direncanakan konsumen menjadi tertunda sehingga tidak dapat diselesaikan tepat sesuai jadwal yang telah direncanakan.



**Gambar 1.8 Reviews Service Interaction Penumpang Lion Air**

Sumber: Tripadvisor (2023)

Kemudian, upaya peningkatan *service quality* Lion Air selanjutnya dapat dilihat pada peningkatan kualitas *service interaction* yang dilakukan melalui program *crew training*. Awak kabin melalui proses perekrutan yang ketat dan menjalani berbagai pelatihan keselamatan, keamanan, dan layanan sesuai dengan pedoman yang ditetapkan oleh Direktorat Jenderal Perhubungan Udara dan standar kinerja internal perusahaan. Upaya yang juga dilakukan Lion Air adalah memberikan pelatihan penyegaran setiap tahun mengenai prosedur layanan, layanan pelanggan, keselamatan, dan perawatan (lionair.co.id).

Walaupun Lion Air telah melakukan upaya peningkatan *service interaction*, namun berdasarkan *reviews* penumpang pada gambar 1.8 diketahui penumpang mengeluhkan bahwa penyampaian informasi dari pihak maskapai masih kurang jelas, *call centre* tidak responsive dan tidak dapat dihubungi via telpon, email maupun WhatsApp, staf yang tidak ramah, serta penerbangan yang dipercepat atau dipindahkan namun tidak ada informasi yang disampaikan oleh staf Lion Air. Brown (1991) dalam Law et al., (2022) menyatakan bahwa definisi layanan bersifat subyektif karena kualitasnya dapat bervariasi dari orang ke orang dan dari situasi ke situasi.

Kaleidoskop 2018

## Tragedi Oktober 2018: Lion Air Jatuh di Laut Karawang

Danu Damarjati - detikNews

Jumat, 28 Des 2018 15:02 WIB



Lokasi Lion Air PK-LQP jatuh, di laut utara Karawang, Jawa Barat. (Pradita Utama/detik.com)

### Gambar 1.9 Berita Tragedi Lion Air

Sumber: Penulis (2023)

Selanjutnya, Lion Air tidak hanya dikenal dengan kualitas layanan yang dinilai buruk namun juga dikenal dengan tingkat keamanan (*safety*) yang masih kurang baik. *Safety* menjadi kriteria paling penting bagi penumpang dalam memilih maskapai yang akan digunakan. Berdasarkan data KNKT dalam kumparan.com (2021), Lion Air menjadi maskapai yang paling sering jatuh dalam 20 tahun terakhir. Insiden pertama Lion Air terjadi di tahun 2002 dengan Boeing 737-200 PK – LID, insiden kedua terjadi di tahun 2013 dengan Boeing 737-800NG PK – LKS, dan insiden ketiga dapat dilihat pada gambar 1.9 yang merupakan insiden terbesar hingga menyebabkan 189 korban jiwa meninggal dunia, terjadi pada Oktober 2018 dengan Boeing 737-8 (MAX) rute Jakarta – Pangkal Pinang.

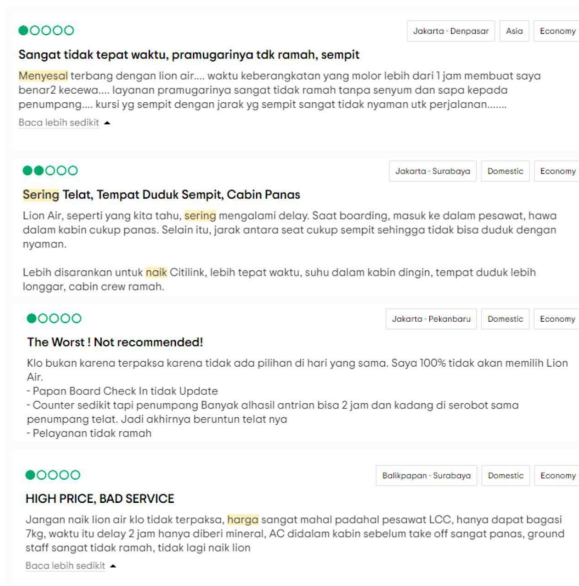
Hingga saat ini, Lion Air terus memprioritaskan keselamatan dan konsisten dengan praktik terbaik internasional dengan melakukan audit ekstensif hingga mendapatkan sertifikasi ulang IOSA (*IATA Operational Safety Audit*) di tahun 2018 dan 2019. Kemudian Lion Air melakukan upaya menjaga keselamatan dan keamanan penumpang dengan sterilisasi pesawat, mengaplikasikan standar prosedur pengoperasian pesawat udara menurut aturan dan petunjuk dari pabrik pembuat pesawat, termasuk pemeliharaan pesawat, pengecekan komponen pesawat, pelatihan awak pesawat serta hal lainnya. Lion Air juga mengikuti prosedur yang diterapkan

oleh DKPPU (Direktorat Kelaikudaraan dan Pengoperasian Pesawat Udara), Kementerian Perhubungan RI ([lionair.co.id](http://lionair.co.id)).

Walaupun berbagai upaya telah dilakukan Lion Air dalam meningkatkan *service quality*, namun berdasarkan *online customer review* pada *website* tripadvisor, maskapai Lion Air mendapat rating 2.5 dari penumpang Lion Air. Dalam *website* tripadvisor, tidak sedikit penumpang yang mengeluhkan *service quality* Lion Air di mana terdapat 315 ulasan konsumen yang memberikan penilaian untuk kategori Buruk, dan 601 ulasan untuk kategori Sangat Buruk (data diambil tahun 2023).

Secara umum, berbagai upaya terkait *service quality* Lion Air dinilai masih kurang baik berdasarkan keluhan-keluhan penumpang pada ulasan di [tripadvisor.co.id](http://tripadvisor.co.id). Keterlambatan penerbangan yang disebabkan oleh *delay*, konter *check-in* yang padat dan ramai, serta proses pengambilan bagasi yang terlalu lama dan bagasi yang rusak menjadi keluhan terbanyak pada kumpulan ulasan tersebut. Kemudian, disusul oleh layanan *customer service* dan staf maskapai yang tidak ramah, tidak responsive, *call centre* yang sulit dihubungi, serta pemberitahuan info penerbangan yang kurang jelas. Beberapa insiden yang dialami Lion Air juga menandakan *service quality* maskapai Lion Air masih kurang baik.

Keluhan-keluhan penumpang terhadap *service quality* Lion Air menandakan *customer satisfaction* Lion Air sangat rendah. Berdasarkan dari *reviews* penumpang Lion Air menunjukkan bahwa penumpang memberikan respon kecewa pada *service quality* Lion Air, bahkan terdapat penumpang yang menyesal menggunakan maskapai Lion Air. *Customer satisfaction* yang rendah dapat menyebabkan *repurchase intention* juga rendah. Sebuah studi terkait industri maskapai Pakistan yang dilakukan oleh Salem et al., (2017) dalam Law et al., (2022) menegaskan bahwa *service quality* berhubungan langsung terhadap *repurchase intention* melalui *customer satisfaction* sebagai mediator.



**Gambar 1.10** *Reviews Repurchase Intention Penumpang Lion Air*

Sumber: Tripadvisor (2023)

Kemudian pada gambar 1.10 dalam salah satu *reviews* penumpang menyebutkan bahwa merasa menyesal menggunakan maskapai Lion Air dikarenakan *service quality* yang didapatkan. Terdapat juga penumpang yang menyarankan untuk menggunakan maskapai lain daripada maskapai Lion Air. Kemudian, terdapat *reviews* penumpang yang menyatakan tidak akan memilih menggunakan maskapai Lion Air lagi kecuali tidak ada pilihan lain yang disebabkan oleh *service quality* yang buruk. Ulasan tersebut menandakan *repurchase intention* penumpang Lion Air rendah yang disebabkan oleh *service quality* yang buruk. *Repurchase intention* terjadi ketika pelanggan membentuk sikap positif terhadap produk maupun layanan yang dibeli (Law et al., 2022).

Berdasarkan uraian diatas, di mana *service quality* Lion Air dinilai masih buruk berdasarkan *reviews* penumpang pada *website* tripadvisor.co.id. *Service quality* yang dinilai buruk menandakan *customer satisfaction* yang rendah, yang kemudian dapat menyebabkan *repurchase intention* yang rendah pula, maka peneliti terdorong untuk melakukan penelitian berjudul **“Pengaruh *Service Quality (Price and Perceived Value, Ease of Convenience, Reliability and Dependability, Service Interaction dan Safety)* terhadap *Repurchase Intention* melalui *Customer Satisfaction: Perspektif Penumpang Lion Air*”**

### **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, Adapun rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana *Service Quality (Price and Perceived Value, Ease of Convenience, Reliability and Dependability, Service Interaction, dan Safety)*, *Customer Satisfaction*, dan *Repurchase Intention* Lion Air?
2. Seberapa besar pengaruh *Service Quality (Price and Perceived Value, Ease of Convenience, Reliability and Dependability, Service Interaction, dan Safety)* terhadap *Customer Satisfaction* Lion Air?
3. Seberapa besar pengaruh *Service Quality* terhadap *Repurchase Intention* Lion Air?
4. Seberapa besar pengaruh *Customer Satisfaction* terhadap *Repurchase Intention* Lion Air?
5. Seberapa besar pengaruh *Service Quality* terhadap *Repurchase Intention* melalui *Customer Satisfaction* Lion Air?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana *Service Quality (Price and Perceived Value, Ease of Convenience, Reliability and Dependability, Service Interaction, dan Safety)*, *Customer Satisfaction*, dan *Repurchase Intention* Lion Air.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Service Quality (Price and Perceived Value, Ease of Convenience, Reliability and Dependability, Service Interaction, dan Safety)*, terhadap *Customer Satisfaction* Lion Air.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Service Quality* terhadap *Repurchase Intention* Lion Air.
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Customer Satisfaction* terhadap *Repurchase Intention* Lion Air.
5. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Service Quality* terhadap *Repurchase Intention* melalui *Customer Satisfaction* Lion Air.

### **1.5 Pembatasan Masalah**

Pada penelitian ini, dilakukan pembatasan masalah berdasarkan rumusan masalah yang sudah ditetapkan untuk menghindari bahasan yang terlalu luas agar penelitian ini dapat lebih fokus dan terarah. Variabel-variabel yang akan diteliti yaitu: *Service Quality*, *Customer Satisfaction*, serta *Repurchase Intention* penumpang Lion Air.

### **1.6 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada banyak pihak yaitu:

#### **1.6.1 Manfaat Praktis**

Melalui penelitian ini diharapkan dapat membawa perubahan baik terhadap maskapai Lion Air sehingga dapat memperbaiki *service quality* dan *customer satisfaction* untuk dapat menarik minat beli ulang konsumen.

#### **1.6.2 Manfaat Teoritis**

Peneliti sangat mengharapkan melalui penelitian ini dapat memberikan pengetahuan dan informasi baru yang dapat menarik minat beli ulang konsumen terhadap jasa layanan penerbangan maskapai Lion Air.

### **1.7 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan terbagi atas lima bab yang terdiri dari beberapa sub-sub bab. Secara garis besar, sistematika penulisan pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini merupakan penjelasan umum mengenai isi penelitian yang terdiri dari objek penelitian, latar belakang penelitian, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, pembatasan masalah, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

#### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini merupakan rangkuman secara jelas mengenai hasil tinjauan Pustaka terkait dengan topik dan variabel untuk dijadikan dasar dari penyusunan kerangka pemikiran dan perumusan hipotesis dan ruang lingkup penelitian. Dari hasil rangkuman tersebut digunakan untuk menguraikan kerangka pemikiran.

#### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini berisikan tentang pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data. Teknik analisis yang digunakan harus relevan dengan masalah penelitian.

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

Bab ini berisikan tentang hasil penelitian secara sistematis yang sesuai dengan perumusan masalah dan tujuan penelitian. Dalam bab ini terdiri atas uraian mengenai hasil penelitian dan pembahasannya.

#### **BAB V PENUTUP**

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran-saran dari hasil penelitian yang dapat dijadikan pertimbangan bagi perusahaan.