

2. LANDASAN TEORI

2.1. Maskapai Penerbangan Biaya Rendah (*Low Cost Carrier*)

Penerbangan *Low Cost* atau sering disebut dengan LCC (*Low Cost Carrier*) juga sering disebut dengan *Budget Airlines, no frills flight*, atau juga *Discounter Carrier*. Konsep ini pertama kali diperkenalkan di Amerika Serikat sebelum menyebar ke seluruh dunia (Gross dan Schroeder, 2007). Maskapai penerbangan dengan model ini merupakan maskapai yang memberikan tarif rendah dengan cara menghapus beberapa layanan yang diterima oleh penumpang pada umumnya dalam maskapai penerbangan lainnya. Maskapai LCC menekan dan mereduksi *operational cost* dengan cara mengeliminasi biaya catering, *minimize reservation* dengan bantuan informasi dan teknologi sehingga pelayanan terkesan sederhana namun cepat. Hal ini dilakukan agar bisa menjaring segmen pasar bawah yang lebih luas. Dikarenakan pelayanan yang minim ini maka biaya dapat diturunkan namun faktor keamanan tetap terjaga untuk menjamin keselamatan penumpang sampai dengan tempat tujuan.

Sebuah maskapai penerbangan termasuk ke dalam maskapai penerbangan biaya rendah apabila memenuhi kriteria - kriteria di bawah ini :

- a. Maskapai penerbangan hanya memberikan satu layanan untuk penumpang.
- b. Maskapai penerbangan hanya memiliki satu tipe pesawat yang digunakan untuk mengurangi biaya pelatihan dan biaya pengoperasian.
- c. Standar pemeliharaan pada pesawat adalah standar minimal.
- d. Maskapai tidak memberikan sistem pemesanan tempat duduk dan memungkinkan pemesanan lebih awal yang boleh memilih tempat duduk.
- e. Biaya penerbangan yang rendah dikarenakan biaya landasan yang murah untuk maskapai penerbangan biaya rendah.
- f. Maskapai memiliki frekuensi penerbangan yang tinggi.
- g. Rute yang sederhana dikarenakan tidak terlalu banyak pelabuhan udara yang digunakan untuk transit.

- h. Maskapai menekan penjualan dengan menggunakan tiket secara langsung dan lebih mengutamakan melalui internet sehingga dapat menekan biaya tiket.
- i. Maskapai lebih mengutamakan pada sistem tiket elektronik.
- j. Awak pesawat bekerja ganda sehingga dapat menghemat biaya tenaga kerja. (Yuwanto, 2011).

2.2. Kualitas Layanan

2.2.1. Definisi Kualitas Layanan

Kualitas layanan dianggap sebagai dimensi penting dari persaingan (Shahin dan Samea, 2010). Memberikan kualitas layanan yang sangat baik dan kepuasan pelanggan yang tinggi adalah masalah penting dan tantangan yang dihadapi industri layanan kontemporer (Shahin dan Samea, 2010). Kualitas layanan merupakan subjek penting baik di sektor publik dan swasta, dalam industri bisnis dan jasa (Shahin dan Samea, 2010). Hal ini berbicara mengenai sejauh mana layanan memenuhi atau melebihi kebutuhan dan harapan pelanggan (Shahin dan Samea, 2010). Selama dua dekade terakhir, kualitas layanan telah menjadi perhatian utama bagi praktisi, manajer, dan peneliti karena dampaknya yang kuat terhadap kinerja bisnis, biaya yang lebih rendah, laba atas investasi, kepuasan pelanggan, kesetiaan pelanggan, dan memperoleh laba yang lebih tinggi (Shahin dan Samea, 2010).

Kualitas layanan didefinisikan sebagai fungsi perbedaan dari layanan yang diharapkan dan persepsi pelanggan dari layanan yang sebenarnya diberikan (Ali, Dey, Filieri, 2014) dan telah menerima perhatian penelitian yang intens dalam pemasaran layanan (Ali, Dey, Filieri, 2014). Konseptualisasi awal kualitas layanan telah dibahas oleh Ali, Dey, Filieri (2014) sebagai fungsi dari perbedaan antara harapan layanan dan persepsi pelanggan dari layanan yang sebenarnya diberikan. Mereka menyarankan bahwa pelanggan mempersepsikan kualitas layanan relatif dengan membandingkan kinerja aktual perusahaan dengan harapan mereka sendiri, dibentuk oleh pengalaman, komunikasi dari mulut ke mulut, dan atau kenangan (Ali, Dey, Filieri, 2014). Perbandingan ini disebut sebagai kualitas layanan yang dirasakan (Ali, Dey, Filieri, 2014).

Panjaitan dan Yuliati (2016) mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu cara kerja perusahaan yang berusaha mengadakan perbaikan mutu secara terus menerus terhadap proses, produk, dan servis yang dihasilkan perusahaan. Menurut Panjaitan dan Yuliati (2016) kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen.

Pelanggan adalah orang yang menilai kualitas layanan dengan membandingkan apa yang mereka harapkan dengan apa yang mereka terima. Dibandingkan uang, pelanggan bergantung pada apa yang telah mereka keluarkan untuk menilai kualitas dari proses layanan yang disampaikan oleh perusahaan. Menurut Jia, Cheae, Pei, Yam (2012), meningkatkan kualitas layanan adalah cara konvensional bagi perusahaan jasa untuk mendapatkan keunggulan kompetitif atas saingan mereka. Oleh karena itu, dengan meningkatkan kualitas layanan yang mengarah pada peningkatan kepuasan pelanggan akan memperoleh keunggulan kompetitif.

2.2.2. Kualitas Layanan Penerbangan

Penelitian terhadap kualitas layanan penerbangan telah meningkat pesat sejak ada keterkaitan yang erat antara kepuasan penumpang dengan profitabilitas telah ditetapkan (Saha dan Teingi, 2009). Kualitas layanan dalam industri penerbangan terkait dengan kemampuan penyedia maskapai penerbangan untuk mengangkut penumpang ke tujuan yang mereka inginkan sambil memberikan standar layanan yang tinggi (Suki, 2014). Morash dan Ozment (1994) berpendapat bahwa memberikan kualitas layanan yang tinggi kepada penumpang sangat penting supaya dapat bertahan dalam persaingan yang semakin ketat. Untuk dapat memberikan layanan yang terbaik kepada penumpang, maskapai penerbangan perlu memahami kebutuhan dan harapan penumpang (Aksoy et al., 2003).

Morash and Ozment (1994) memperhatikan bahwa kondisi kualitas layanan mempengaruhi keunggulan kompetitif maskapai penerbangan, dan pangsa pasar, serta profitabilitas. Layanan transportasi udara, seperti layanan lain, memiliki karakteristik dan standarnya sendiri, misalnya tentang keselamatan. Beberapa karakteristik adalah (i) efek interaktif antara penyedia layanan dan

pelanggan, (ii) personalisasi, dan (iii) konten tenaga kerja yang tinggi. McGraw-Hill *company* (Khan, 2017) mengukur kualitas layanan dan kepuasan 12.300 penumpang dari 12 maskapai penerbangan Amerika Utara menggunakan standar Skytrax yang disarankan oleh Skyteam dan menemukan tujuh faktor yang berpengaruh: (1) *fee*, (2) *in-flight service*, (3) *reservation*, (4) *flight crew*, (5) *boarding/baggage*, (6) *aircraft*, and (7) *check-in*.

Khan (2017) menggabungkan temuan dari penelitian yang disebutkan di atas dan menerapkan kriteria yang dimodifikasi untuk mengukur kepuasan pelanggan dengan kualitas layanan penerbangan yang ditawarkan oleh McGraw-Hill untuk kasus Vietnam Airlines dan menetapkan kualitas layanan penerbangan terdiri dari enam dimensi : (1) *Reservation*, (2) *Check-in*, (3) *Aircraft*, (4) *In-flight service*, (5) *Flight crew*, (6) *Boarding/baggage*.

2.2.3. Dimensi Kualitas Layanan Penerbangan

1. *Reservation*

Reservasi penerbangan menurut Atmadjati (2015) adalah sebuah proses pemesanan salah satu produk yang dijual oleh perusahaan penerbangan pengangkut penumpang yaitu berupa dokumen perjalanan yang berfungsi sebagai tanda bahwa pemegang dokumen tersebut berhak atas fasilitas pengantaran dari satu daerah ke daerah lain. Shaw (2011) mendefinisikan reservasi sebagai sebuah peluang yang diberikan kepada seseorang untuk mendapatkan tempat duduk selama penerbangan sebelum tanggal keberangkatan. Shaw (2011) menjelaskan bahwa tiket reservasi yang diberikan kepada penumpang seharusnya bersifat fleksibel dan bersedia untuk memberikan layanan penerbangan alternatif bagi penumpang. Reservasi dapat dilakukan secara online atau biasa disebut sebagai *e-booking*. Tiga faktor penting yang mempengaruhi konsumen saat melakukan *e-booking* meliputi kualitas informasi yang jelas, keamanan data dan sistem pembayaran, dan kemudahan untuk mengakses (Raman dan Vismanathan, 2011). Dalam melakukan proses reservasi, penumpang dapat memilih menggunakan cara pembayaran melalui tunai, ataupun dapat melakukan pembayaran melalui kartu kredit (Rosdiana, 2013).

Proses reservasi tiket penerbangan dapat terjadi di: (Atmadjati, 2015)

- Lokasi penjualan (*points of sales*) tiket penerbangan yang langsung dikelola oleh perusahaan penerbangan itu sendiri (*ex: Town office, Airport, dll*).
- Media pembantu (*ex: Call center, sms broadcast, website, dll*).
- Perusahaan rekanan

Seperti halnya proses reservasi lainnya menurut Atmadjati (2015) ada beberapa informasi penting yang sering menjadi pertanyaan sebelum dilakukannya proses reservasi adalah sebagai berikut :

1. Calon pembeli :

- Jadwal penerbangan (*ex : waktu berangkat & tiba, transit, frekuensi, dll*).
- Harga yang tersedia
- *Time limit*
- Fasilitas pendukung (*ex : bagasi cuma - cuma, discount khusus, meals, dll*).

2. *Check-in*

Menurut Mulyanto (1999)*check-in* adalah hal pertama yang dilakukan oleh penumpang ketika tiba di bandara udara dengan membawa tiket, bagasi, dan tas tentengan.

Petugas di *check-in counter* tentu saja perlu memperhatikan, antara lain:

- Penampilan yang rapi, ramah, banyak senyum, sopan.
- Sifat suka membantu orang lain
- Cepat dan tegas dalam mengambil keputusan (Mulyanto, 1999).

Langkah - langkah yang harus dilakukan oleh petugas *check-in* menurut Mulyanto (1999) adalah :

1. Menyapa dengan sopan dan senyum kepada penumpang yang datang dengan selamat pagi/siang/sore/malam
2. Meminta dokumen perjalanan penumpang: tiket, paspor, visa, dan apabila diperlukan surat kesehatan internasional

3. Setelah menerima tiket, mencocokkannya dengan PNL/PNR apakah nama si calon penumpang ada dalam daftar tersebut, kalau ada, petugas langsung menyapa dengan menyebut nama penumpang
4. Menimbang bagasi, lalu membuat *baggage claim tag*. Jika terdapat kelebihan berat bagasi, petugas memberikan informasi dan berapa jumlah yang harus dibayarkan, dan bagaimana cara pembayaran (*cash atau credit card*). Lalu membuat *excess baggage ticket* sebagai bukti pembayaran kelebihan bagasi
5. Memeriksa paspor, visa, dan dokumen lainnya
6. Memberikan *boarding pass* untuk penumpang disertai tiket, paspor, dll. Lalu petugas juga memberikan informasi mengenai waktu keberangkatan serta dimana ruang tunggu, dan dari *check-in counter*, penumpang harus pergi kemana, misalnya untuk membayar fiskal ke bagian imigrasi, setelah itu ke ruang tunggu.
7. Mengucapkan terima kasih dan selamat jalan.

3. *Aircraft*

Nilai kebersihan sangat tinggi ketika berbicara tentang penampilan yang bersih dan *fresh* dari suatu pesawat (Vink dan Brauer, 2011). Kondisi *aircraft* yang bersih akan membuat penumpang merasa nyaman dan rileks saat melakukan perjalanan jarak jauh (Sukati, Khiang, Isnurhadi, 2015). Kondisi *aircraft* yang bersih dan terawat juga berarti pihak maskapai memperhatikan dalam hal membersihkan dan membeli produk yang dapat mempertahankan penampilan kebersihan mereka untuk waktu yang lama. Kondisi *aircraft* yang bersih meliputi pesawat yang bersih, kebersihan tempat duduk penumpang, dan kebersihan toilet (Vink dan Brauer, 2011).

4. *In-flight services*

In-flight service menurut Mulyanto (2015, p. 30) adalah pelayanan di udara, misalnya di dalam pesawat udara (makanan, minuman, koran, majalah, tv). Shaw (2017, p. 35) mengklasifikasikan layanan dalam penerbangan menjadi

beberapa bagian meliputi kenyamanan tempat duduk, makanan dan minuman (*in-flight meals*), dan hiburan saat penerbangan.

Berikut adalah komponen-komponen layanan dalam penerbangan :

a. Menu makanan dan minuman (*meals and drinks*)

Menu makanan dan minuman paling tidak memperhatikan hal - hal seperti tata cara penyajian makanan, rasa, jenis makanan, dan kualitasnya secara keseluruhan. Untuk minuman rasa, jenis, kualitas, dan variasi juga merupakan hal yang harus diperhatikan.

b. Hiburan pada saat penerbangan (*in-flight entertainment*)

Hiburan saat penumpang di udara adalah audio dengan hand set dan hiburan video berupa DVD player dengan monitor, yang keberadaanya untuk mengusir rasa bosan terutama untuk penerbangan jarak jauh.

c. Barang cetakan dan *gift away*

Dalam memenuhi harapan pelanggan yaitu informasi dalam pelayanan. Di pesawat, maskapai penerbangan membagikan secara cuma - cuma baik surat kabar, majalah, brosur, yang memuat informasi perusahaan dan produk layanan yang ditawarkan (Tanadi, 2012).

5. *Flight Crew*

Awak kabin keberadaanya penting untuk pelayanan selama penerbangan maupun dalam kaitannya dengan peraturan keselamatan penerbangan. Khan (2017) mengungkapkan pilot harus memiliki pelatihan yang profesional dan pengalaman dalam menerbangkan pesawat. Sedangkan jumlah awak kabin harus disesuaikan dengan jumlah penumpang yang ada agar mampu membantu penumpang dalam keadaan darurat. Untuk penumpang kelas bisnis dan utama biasanya disediakan awak kabin yang lebih berpengalaman artinya yang mampu bersikap ramah, efisien, bersikap penolong, dan fasih dalam berbahasa asing, pengetahuan bahasa isyarat juga diperlukan untuk membantu meningkatkan kekuatan komunikatif mereka.

6. *Boarding/baggage*

Pelayanan *boarding* adalah kelanjutan pelayanan *check-in* yang merupakan pelayanan penumpang selama di ruang tunggu (*boarding Lounge*) sampai pelayanan penumpang menuju ke pesawat. Pada proses ini penumpang harus menunjukkan *boarding pass* yang telah diterima di *counter check-in* kepada petugas *boarding lounge*. Proses *boarding* sangatlah sederhana, penumpang cukup mendengarkan informasi yang diberikan dan menunjukkan *boarding pass* yang telah diberikan pada waktu *check in*. Petugas *boarding* harus memastikan bahwa penumpang membawa *boarding pass* nya masing-masing. Proses dari terminal menuju ke pesawat, penumpang akan diarahkan menuju tangga berjalan atau menggunakan Garbarata. Biasanya Garbarata digunakan di bandara-bandara Internasional yang ada di Indonesia. Apabila untuk menuju ke pesawat harus menggunakan bus, maka petugas *boarding* harus menunjukkan kepada penumpang bus yang bisa dinaiki. Petugas *boarding* harus melakukan *announcement* minimal 30 menit sebelum keberangkatan (Hadani, 2009).

Menurut Mulyanto (2015, p. 17 -18) *flight irregularity* (penerbangan di luar aturan atau jadwal yang telah ditetapkan) terjadi karena :

a. *Delay/Keterlambatan*

- Waktu keberangkatan pesawat terlambat dari waktu yang telah ditentukan dalam jadwal
- Waktu kedatangan pesawat terlambat dari waktu yang telah ditentukan dalam jadwal

b. *Cancellation/Pembatalan*

- Pesawat tidak terbang/beroperasi dengan nomor penerbangan yang telah dijadwalkan, karena bisa jadi seperti cuaca buruk, kerusakan pada pesawat, dsb.

c. *Flight Interruption/Rintangan penerbangan*

- Penerbangan dibatalkan setelah mendarat di tempat persinggahan yang telah ditentukan
- Penerbangan dibatalkan setelah mendarat di bandara yang tidak dijadwalkan.

d. *Diversion/*Penyimpangan

- Pesawat mendarat di sebuah bandara, dimana seharusnya menurut jadwal tidak mendarat di bandara tersebut. Keputusan mendarat di sebuah *airport* ini dapat diputuskan sewaktu dalam penerbangan atau sebelum pesawat berangkat. Hal ini dapat terjadi misalnya karena bandara tujuan sedang tidak bisa dipakai untuk mendarat karena suatu hal.

e. *Return/*Kembali

- Setelah bergerak dari tempat parkir, pesawat kembali lagi, sebelum tinggal landas
- Setelah tinggal landas, pesawat mendarat di bandara yang sama waktu tinggal landas

f. *Missed connection/*Tidak bisa melanjutkan perjalanan dengan penerbangan lain

- Penumpang tidak dapat menaiki pesawat yang telah dipesan untuk melanjutkan penerbangan karena pesawat yang membawanya terlambat
- Pesawat penyambung dari penerbangan multi sektor, yang terbang di bawah nomor penerbangan yang ganti pesawat di dalam perjalanan (ganti ukuran), tidak mau menunggu penumpang yang terlambat datang dari pesawat yang membawanya

g. *Other flight irregularity/*Di luar aturan yang lain

- Apabila perubahan (ketidak-beraturan) itu disebabkan oleh hal - hal lain seperti pemogokan, perang, tindakan pemerintah, maka biasanya airlines tidak bertanggung jawab akan akibat yang disebabkan.

Mulyanto (2015, p. 80) mengatakan bahwa setelah bagasi diserahkan kepada petugas, bagasi penumpang akan diberi *baggage tag*. Kemudian bagasi akan berjalan sendiri melalui *conveyor-belt* menuju ke tempat pemuatan bagasi. Di situ bagasi akan dimasukkan ke dalam *container* atau gerobak, menurut negara tujuan. Kalau melalui negara transit dan harus pindah pesawat, bagasi tersebut harus dipindahkan pula ke pesawat lain untuk menuju ke tujuan terakhir.

Kemungkinan penyebab bagasi hilang adalah :

- Bagasi masih tertinggal di kota keberangkatan, karena kelalaian petugas bagian pemuatan atau sebab lain.
- Bagasi tertinggal di kota transit, karena mungkin tidak keburu waktu, atau tulisan di tag tidak jelas, sehingga petugas keliru memasukkannya ke pesawat lain
- Label bagasi terlepas, sehingga tidak ketahuan harus dibawa ke mana
- Tertinggal di pesawat
- Salah ambil karena *merk* dan warna sama, lalu diambil orang lain dengan tidak disengaja
- Masih tertinggal di *conveyor-belt*
- Sengaja diambil orang (Mulyanto, 2015, p. 80).

Mulyanto (2015, p.13) berpendapat ada beberapa hal yang perlu diperhatikan untuk mengurus masalah bagasi :

- Bila bagasi hilang, penumpang harus menunjukkan bukti *baggage claim tag* atau tanda penerimaan bagasi, dimana tertera nomor bagasi penumpang serta tujuannya. Penumpang akan dibuatkan *Property Irregularity Report* (laporan kehilangan) yang biasanya disingkat dengan PIR. Di dalam PIR, penumpang akan menemukan data dan koper penumpang.
- Bila bagasi rusak, penumpang akan diberikan *Damage Report* (laporan kerusakan). Apabila bagasi yang rusak tadi masih bisa diperbaiki, maka pihak perusahaan penerbangan akan memperbaikinya, atau penumpang yang akan memperbaiki sendiri, dan biayanya akan diganti oleh pihak perusahaan penerbangan.

2.3. Kepuasan Pelanggan

Dalam industri penerbangan, Jia, Cheae, Pei, Yam (2012) menyatakan bahwa kepuasan penumpang dapat ditentukan melalui kontak dengan karyawan perusahaan, sumber daya teknis, pesawat, makanan, dan penumpang lain dalam penerbangan. Untuk industri penerbangan, kualitas layanan lebih terlihat dan

penumpang dapat menggunakannya sebagai dasar untuk menilai kualitas keseluruhan (Rhoades & Waguespack, 2004). Menurut (Wahab dan Widiyanti, 2014) menyatakan bahwa faktor utama yang harus diperhatikan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan yaitu kualitas pelayanan, pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan; emosional, pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia apabila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang tinggi.

Indikator kepuasan pelanggan menurut Zeithaml, Bitner, dan Gremler (2006, p. 106-110) meliputi :

- *Sense of fulfillment*

Perasaan puas setelah kebutuhan terpenuhi.

- *Pleasure*

Perasaan nyaman atau bahagia terhadap layanan yang diberikan.

- *Delight*

Perasaan bahagia karena layanan yang diberikan melebihi ekspektasi

- *Sense of relief*

Perasaan lega setelah pelanggan menerima pelayanan.

2.4. Hubungan Antar Konsep

Khanh (2017) memberikan kesimpulan sederhana tentang kepuasan pelanggan sebagai suatu persimpangan antara kemampuan perusahaan dan kebutuhan pelanggan atau perasaan seseorang yang datang dari perbandingan hasil yang dihasilkan oleh komoditas / jasa dengan harapannya.

Khanh (2017) kepuasan pelanggan dengan kualitas layanan adalah penilaian dan perbandingan persepsi mereka tentang nilai layanan yang mereka terima dengan harapan mereka. Khanh (2017) mengatakan bahwa banyak penelitian tentang penerbangan memverifikasi hubungan antara kualitas layanan penerbangan dan kepuasan pelanggan.

2.4.1. Hubungan Antara *Reservation* dengan Kepuasan Penumpang

Reservation adalah hal pertama yang dilakukan penumpang sehingga pihak maskapai harus bisa memberikan *first impression* yang baik. Reservasi sendiri merupakan interaksi antara penumpang dengan *frontline* yang menyangkut kecepatan layanan, keramahan layanan, dan tata cara pembayaran tiket. Dalam *trend* yang dilakukan oleh maskapai berbiaya rendah ditambah dengan kemajuan teknologi, reservasi saat ini dilakukan melalui *online* dan *website*. Bagian internal ini menyangkut database pelanggan maupun manajemen yang berkaitan dengan kebijakan sistem pembayaran. Reservasi melalui *online* saat ini diharapkan dapat lebih memudahkan pelanggan, oleh karena itu pihak maskapai perlu melakukan pengecekan secara berkala. Sukati, Khiang, dan Isnurhadi (2015) mengungkapkan bahwa apabila sistem reservasi mengalami *lag* dan prosedur pembelian tiket berjalan lambat akan dapat menurunkan kepuasan penumpang. Khanh (2017) mengungkapkan bahwa ada keterkaitan antara *reservation* dengan kepuasan penumpang maskapai penerbangan. Dalam penelitian yang berjudul “Customer Satisfaction of Vietnam Airlines Domestic Service Quality”, *reservation* menduduki peringkat ke-empat dalam faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan penumpang. Hal ini membuktikan bahwa dimensi kualitas pelayanan penerbangan *reservation* berpengaruh pada kepuasan penumpang. Bila kualitas layanan dari *reservation* meningkat maka kepuasan penumpang juga akan meningkat.

2.4.2. Hubungan Antara *Check-in* dengan Kepuasan Penumpang

Check-in counter adalah tempat dimana penumpang dapat memeriksa bagasi dan mengambil *boarding pass*. Sebenarnya, *check-in place* adalah tempat pertama dimana penumpang akan berhubungan dengan *staff*, jadi kesan pertama sangat penting. Karena itu, *staff* harus menunjukkan sikap yang sopan, ramah dan antusias dalam membantu pelanggan. Jika pelanggan mempunyai pertanyaan, *staff* harus membantu menyelesaikannya (Sukati, Khiang, Isnurhadi, 2015). Khanh (2017) mengungkapkan bahwa ada keterkaitan antara *check-in* dengan kepuasan penumpang maskapai penerbangan. Dalam penelitian yang berjudul “Customer Satisfaction of Vietnam Airlines Domestic Service Quality”, *check-in* menduduki peringkat ke-lima dalam faktor-faktor yang mempengaruhi

kepuasan penumpang. Hal ini membuktikan bahwa dimensi kualitas pelayanan penerbangan *check-in* berpengaruh pada kepuasan penumpang. Bila kualitas layanan dari *check-in* meningkat maka kepuasan penumpang juga akan meningkat.

2.4.3. Hubungan Antara Aircraft dengan Kepuasan Penumpang

Menurut Jia, Cheae, Pei, Yam (2012), penampilan fasilitas fisik, peralatan, personil dan materi komunikasi, merupakan aspek - aspek yang paling penting dari *servicescape*. *Servicescape* digunakan untuk menggambarkan lingkungan fisik dari suatu layanan perusahaan yang meliputi desain *ekterior* dan *interior*(Jia, Cheae, Pei, Yam, 2012). Maka penting bagi operator untuk memastikan bahwa aspek yang berwujud dan terlihat dari maskapai penerbangan menarik, bersih dan nyaman (Jia, Cheae, Pei, Yam, 2012) untuk memberikan kepuasan penumpang. Khanh (2017) mengungkapkan bahwa ada keterkaitan antara *aircraft* dengan kepuasan penumpang maskapai penerbangan. Dalam penelitian yang berjudul “Customer Satisfaction of Vietnam Airlines Domestic Service Quality”, *aircraft* menduduki peringkat ke-enam dalam faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan penumpang. Hal ini membuktikan bahwa dimensi kualitas pelayanan penerbangan *aircraft* berpengaruh pada kepuasan penumpang. Bila kualitas layanan dari *aircraft* meningkat maka kepuasan penumpang juga akan meningkat.

2.4.4. Hubungan Antara In-flight Service dengan Kepuasan Penumpang

Namukasa (2013) menyatakan bahwa layanan dalam penerbangan yang ditawarkan oleh pramugari mempengaruhi kepuasan pelanggan. Penumpang maskapai penerbangan mungkin mengalami berbagai layanan dengan pramugari di dalam pesawat, ini disebut “*moment of truth*”. Penumpang dapat menilai atau mengevaluasi kualitas layanan penerbangan melalui perbandingan antara pengalaman mereka dan harapan, atas sejumlah atribut kualitas (Namukasa, 2013) karena sebagian besar layanan tidak berwujud, maka perusahaan merasa sulit untuk memahami bagaimana pelanggan mempersepsikan layanan mereka. Oleh karena itu, pramugari di pesawat harus fokus pada bukti *tangible* dengan

mengkomunikasikan kepada pelanggan fitur-fitur layanan yang disediakan. Dengan demikian diasumsikan bahwa kualitas layanan dalam penerbangan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan penumpang. Khanh (2017) mengungkapkan bahwa ada keterkaitan antara *in-flight service* dengan kepuasan penumpang maskapai penerbangan. Dalam penelitian yang berjudul “Customer Satisfaction of Vietnam Airlines Domestic Service Quality”, *in-flight service* menduduki peringkat ke-dua dalam faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan penumpang. Hal ini membuktikan bahwa dimensi kualitas pelayanan penerbangan *in-flight service* berpengaruh pada kepuasan penumpang. Bila kualitas layanan dari *in-flight service* meningkat maka kepuasan penumpang juga akan meningkat.

2.4.5. Hubungan Antara *Flight Crew* dengan Kepuasan Penumpang

Babbar dan Koufteros (2008) mengemukakan kurangnya profesionalisme kru maskapai penerbangan dalam berinteraksi dengan penumpang dapat menghasilkan persepsi kualitas layanan secara keseluruhan yang lebih rendah. Awak kabin harus berurusan dengan keselamatan dan memastikan kualitas layanan dan kepuasan penumpang sekalipun terdapat penumpang disruptif karena layanan yang berkualitas merupakan bagian dari strategi bersaing dalam penerbangan komersial. Dalam menghadapi hal tersebut, awak kabin diharapkan tidak mengalami stres yang berlebihan (Henning, 2015). Henning (2015) menambahkan bahwa peran utama dari pramugari adalah untuk memastikan keselamatan penumpang di dalam pesawat. Layanan penumpang yang sangat baik mencakup perhatian terhadap kebutuhan keselamatan serta sikap yang hangat dan ramah terhadap pelanggan. Layanan terhadap penumpang yang kasar dan tidak menyenangkan dapat merusak reputasi maskapai. Khanh (2017) mengungkapkan bahwa ada keterkaitan antara *flight crew* dengan kepuasan penumpang maskapai penerbangan. Dalam penelitian yang berjudul “Customer Satisfaction of Vietnam Airlines Domestic Service Quality”, *flight crew* menduduki peringkat ke-tiga dalam faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan penumpang. Hal ini membuktikan bahwa dimensi kualitas pelayanan penerbangan *flight crew* berpengaruh pada kepuasan penumpang. Bila kualitas layanan dari *flight crew* meningkat maka kepuasan penumpang juga akan meningkat.

2.4.6. Hubungan Antara *Boarding/Baggage* dengan Kepuasan Penumpang

Penumpang menginginkan arus informasi yang efisien sebelum *boarding*. Maka perusahaan maskapai penerbangan dituntut untuk menekankan agar *boarding* lebih efektif dan berbagi informasi yang tepat mengenai *boarding* (Lindberg dan Lofgren, 2009) untuk meningkatkan kepuasan penumpang. Selain itu maskapai penerbangan dituntut memeriksa bagasi penumpang secara cepat, teliti dan cermat. Kehilangan bagasi yang disebut dengan *missing baggage* atau *mishandle baggage* menyebabkan semakin banyaknya penumpang yang melakukan komplain terhadap maskapai penerbangan dan mereka menilai bahwa para petugas *ground handling* tidak bertanggung jawab dalam melaksanakan tugasnya. Para penumpang menilai kinerja para petugas *ground handling* sangat buruk sehingga mengakibatkan hilang dan rusaknya bagasi penumpang. Krisyanto (2009), menjelaskan bahwa penanganan bagasi tidak akan sulit dilakukan apabila dilakukan dengan prosedur yang berlaku. Khanh (2017) mengungkapkan bahwa ada keterkaitan antara *boarding/baggage* dengan kepuasan penumpang maskapai penerbangan. Dalam penelitian yang berjudul “Customer Satisfaction of Vietnam Airlines Domestic Service Quality”, *boarding/baggage* menduduki peringkat pertama dalam faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan penumpang. Hal ini membuktikan bahwa dimensi kualitas pelayanan penerbangan *boarding/baggage* berpengaruh pada kepuasan penumpang. Bila kualitas layanan dari *boarding/baggage* meningkat maka kepuasan penumpang juga akan meningkat.

2.5. Hasil Pembelajaran Jurnal

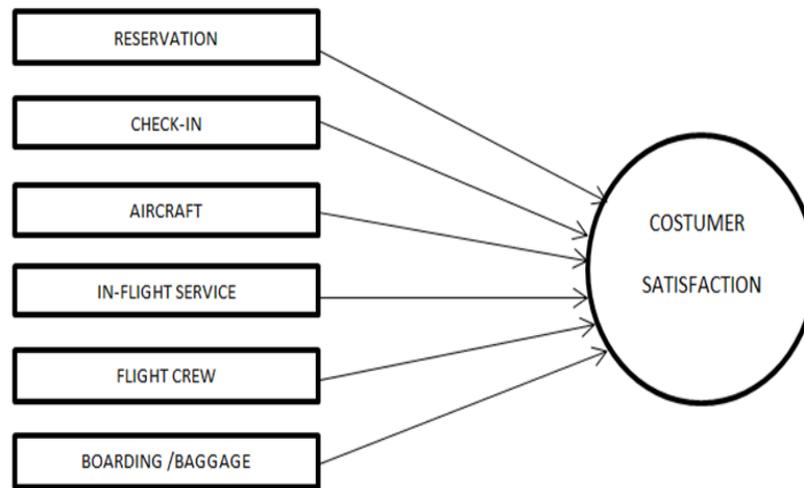
Dalam penelitian ini penulis memilih dua jurnal berbeda yang akan dijadikan sebagai acuan dan perbandingan. Kedua jurnal penelitian tersebut memiliki kesamaan membahas kualitas pelayanan Vietnam Airlines yang mempengaruhi kepuasan penumpang namun dengan dimensi yang berbeda. (Parasuraman et al, 1988) mengungkapkan bahwa kualitas layanan merupakan kerangka dasar dapat diadaptasi atau dimodifikasi agar sesuai dengan fitur dan atribut khas yang membentuk organisasi atau industri tertentu. Dalam hal ini,

kedua penelitian tersebut sama-sama menyesuaikan dengan karakteristik dari industri penerbangan.

Dalam jurnal berjudul “The Factors Affecting Vietnam Airlines Service Quality and Passenger Satisfaction – A Mediation Analysis of Service Quality” Khuong dan Uyen (2014) menjelaskan selain dari lima dimensi kualitas layanan yang digunakan (*tangibles, reliability, responsiveness, assurance and empathy*), tiga aspek ditambahkan untuk membantu dan memenuhi tujuan penelitian yaitu *on-ground services, safety records and brand image*. Hasil dari penelitian ini mengungkapkan bahwa dimensi-dimensi kualitas layanan dapat memberikan efek kepuasan secara langsung dan tidak langsung kepada penumpang. Dimensi paling kuat yang memberikan efek kepuasan secara langsung adalah kualitas layanan yang diikuti oleh citra, ketepatan waktu, dan layanan yang diberikan oleh staff penerbangan. Sementara untuk efek kepuasan secara tidak langsung, dimensi paling tinggi adalah layanan yang diberikan oleh staf penerbangan dan dimensi paling rendah adalah citra. Sedangkan dalam jurnal penelitian bertajuk “Customer Satisfaction of Vietnam Airline Domestic Service Quality” Khanh (2017) mengungkapkan dimensi-dimensi kualitas pelayanan terdiri atas *in-flight service, reservation, flight crew, boarding/deplaning/baggage, aircraft, dan check-in*. Hasil penelitian tersebut mengungkapkan bahwa keenam dimensi tersebut berpengaruh positif terhadap kepuasan penumpang.

Dalam penelitian ini, penulis memilih jurnal penelitian dengan enam dimensi kualitas layanan penerbangan yang terdiri dari *in-flight service, reservation, flight crew, boarding/baggage, aircraft, dan check-in* yang ditulis oleh Khanh (2017) sebagai acuan karena keenam dimensi tersebut lebih sesuai dengan karakteristik dalam industri penerbangan.

2.6. Kerangka Pemikiran



Sumber : Khanh, 2017

Berdasarkan gambar di atas, didapatkan hipotesa sebagai berikut :

H₁ = Diduga 6 dimensi kualitas pelayanan pnerbangan berpengaruh terhadap kepuasan penumpang Scoot Airlines.

H₂ = Diduga 6 dimensi kualitas pelayanan penerbangan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan penumpang Scoot Airlines.