



DOI: <https://doi.org/10.38035/jstl.v1i4>

Received: 12 Januari 2024, Revised: 24 Januari 2024, Publish: 03 Februari 2024

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, dan Persepsi Risiko terhadap Kepuasan Pelanggan pada Layanan Penerbangan Berbiaya Rendah

Maichael Handi¹, Muhammad Andhika², Daffa Siddiq Ar Raffi³, Sarinah Sihombing⁴

¹ITL Trisakti, DKI Jakarta, Indonesia, michaelhandi21@gmail.com

²ITL Trisakti, DKI Jakarta, Indonesia, muhammad.andhika004@gmail.com

³ITL Trisakti, DKI Jakarta, Indonesia, daffasiddiqaraffi@gmail.com

⁴ITL Trisakti, DKI Jakarta, Indonesia, sarinah.stmt@gmail.com

Corresponding Author: michaelhandi21@gmail.com¹

Abstract: *This article analyzes the effect of service quality, price, and risk perception on customer satisfaction in low-cost airline services through the literature review method. The literature review shows that service quality, including cabin crew service, comfort, cleanliness, and punctuality, as well as competitive ticket prices, significantly affect customer satisfaction. The main sources of reference for this research came from online libraries, Google Scholar, Mendeley, and other academic platforms. Qualitative descriptive analysis was employed using resources such as openly available electronic journals and e-books. The main findings of this article are as follows: 1) The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction in Low-Cost Aviation Services; 2) The Effect of Price on Customer Satisfaction with Low-Cost Aviation Services; 3) The effect of Soekarno Hatta Airport Risk Perception on Customer Satisfaction.*

Keywords: *Price, Service Quality, Customer Trust, Customer Satisfaction.*

Abstrak: Artikel ini menganalisis pengaruh kualitas layanan, harga, dan persepsi risiko terhadap kepuasan pelanggan pada layanan penerbangan berbiaya rendah melalui metode literature review. Kajian literatur menunjukkan bahwa kualitas layanan, termasuk pelayanan awak kabin, kenyamanan, kebersihan, dan ketepatan waktu, serta harga tiket yang kompetitif, secara signifikan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Berbagai sumber referensi utama untuk penelitian ini berasal dari perpustakaan online, Google Scholar, Mendeley, dan platform akademis lainnya. Analisis deskriptif kualitatif digunakan dengan menggunakan sumber daya seperti jurnal elektronik dan e-book yang tersedia secara terbuka. Penemuan utama dari artikel ini adalah sebagai berikut: 1) Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Layanan Penerbangan Berbiaya Rendah; 2) Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Layanan Penerbangan Berbiaya Rendah; 3) Pengaruh Persepsi Risiko Bandara Soekarno Hatta terhadap Kepuasan Konsumen.

Kata Kunci: Kewajaran Harga, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Pelanggan, Kepuasan Pelanggan.

PENDAHULUAN

Low Cost Carrier semakin populer di seluruh dunia, termasuk di Indonesia, karena mereka menawarkan tiket yang lebih murah daripada maskapai full-service. Karena persaingan dalam industri penerbangan semakin ketat, maskapai berbiaya rendah harus mampu menawarkan nilai yang lebih baik kepada pelanggan mereka agar mereka dapat bertahan dan bersaing. Maskapai berbiaya rendah bergantung pada kepuasan pelanggan. Kualitas layanan, harga, dan persepsi risiko adalah beberapa faktor utama yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam layanan penerbangan. Mengetahui bagaimana ketiga faktor ini mempengaruhi kepuasan pelanggan dapat membantu maskapai *Low Cost Carrier* meningkatkan bisnis mereka.

Awak kabin, kenyamanan kursi, kebersihan, dan ketepatan waktu adalah beberapa contoh kualitas layanan penerbangan. Sejauh mana kualitas layanan mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah tujuan penelitian ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur dampak harga terhadap kepuasan pelanggan—khususnya dengan maskapai murah—karena tiket merupakan salah satu faktor utama yang mempengaruhi keputusan pelanggan untuk menggunakan maskapai penerbangan. Persepsi risiko mencakup banyak hal, seperti keamanan penerbangan, keandalan, dan ketidakpastian yang dirasakan oleh pelanggan. Persepsi risiko yang tinggi dapat berdampak negatif pada kepuasan pelanggan. Bagaimana persepsi risiko mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah subjek penelitian ini.

Selain itu, tujuan penelitian ini adalah untuk mengukur dampak persepsi risiko, yang mencakup kekhawatiran tentang keselamatan, keamanan, dan keandalan penerbangan, terhadap kepuasan pelanggan maskapai penerbangan LCC. Selain itu, penelitian ini menganalisis bagaimana hubungan antara kualitas layanan, harga, dan persepsi risiko mempengaruhi kepuasan pelanggan. Tujuan akhirnya adalah untuk memberikan rekomendasi strategis bagi maskapai penerbangan LCC untuk meningkatkan kualitas layanan, harga, dan persepsi risiko.

Penelitian ini diharapkan dapat membantu mengembangkan strategi bisnis untuk maskapai penerbangan LCC di Indonesia dengan mencapai tujuan-tujuan tersebut. Selain itu, penelitian ini akan membantu akademisi dan praktisi memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam industri penerbangan berbiaya rendah.

METODE

Metode penulisan artikel Literature Review adalah dengan metode **Kajian Pustaka (*library research*) dan *Systematic Literature Review (SLR)***, di analisis secara kualitatif, bersumber dari aplikasi online *Google Scholar*, *Mendeley* dan aplikasi akademik online lainnya.

Systematic Literature Review (SLR) didefinisikan sebagai proses mengidentifikasi, menilai dan menafsirkan semua bukti penelitian yang tersedia dengan tujuan untuk menyediakan jawaban untuk pertanyaan penelitian secara spesifik.

Dalam analisis kualitatif, kajian pustaka harus digunakan secara konsisten dengan asumsi-asumsi metodologis. Salah satu alasan untuk melakukan analisis kualitatif yaitu penelitian tersebut bersifat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Berdasarkan latar belakang, tujuan dan metode, maka hasil artikel ini adalah sebagai berikut:

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah respon berupa perasaan yang puas yang akan timbul karena pengalaman mengkonsumsi suatu produk atau layanan. Kepuasan pelanggan ditentukan oleh pengalaman belanja telah memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Dimensi, indikator, sintesis atau faktor yang berpengaruh pada kepuasan pelanggan adalah suatu ukuran yang menunjukkan seberapa baik produk atau layanan yang disediakan oleh perusahaan memenuhi atau melampaui harapan pelanggan.

Kualitas Layanan

Kualitas layanan adalah keadaan yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas layanan yang diharapkan atau dengan kata lain suatu proses pemenuhan kebutuhan yang dilakukan bersama dengan keinginan konsumen serta ketepatan cara penyampaiannya agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan tersebut. Kualitas layanan adalah sikap yang dibentuk oleh evaluasi jangka panjang dan menyeluruh atas penampilan atau kinerja perusahaan. Dimensi, indikator, sintesis atau faktor yang berpengaruh pada kualitas layanan adalah ukuran seberapa baik suatu layanan memenuhi atau melampaui harapan pelanggan.

Harga

Harga sebagai satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang diukur dengan sejumlah uang dimana berdasarkan nilai tersebut seseorang bersedia melepaskan barang dan jasa yang dimiliki kepada pihak lain. Dimensi, indikator, sintesis atau faktor yang berpengaruh pada harga adalah jumlah uang atau nilai yang ditetapkan untuk memperoleh atau menggunakan suatu produk atau layanan.

Persepsi Resiko

Persepsi resiko adalah konsekuensi yang tidak diharapkan yang ingin dihindari konsumen saat membeli dan menggunakan produk. Persepsi resiko adalah suatu situasi dimana pembuat keputusan memiliki pengetahuan apriori konsekuensi yang merugikan dan kemungkinan terjadinya.

Pembahasan

Penelitian ini berfokus pada pengaruh kualitas layanan, harga, dan persepsi risiko terhadap kepuasan pelanggan pada layanan penerbangan berbiaya rendah.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Layanan Penerbangan Berbiaya Rendah

Kualitas layanan yang diberikan oleh maskapai penerbangan sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Aspek-aspek seperti ketepatan waktu, kenyamanan selama penerbangan, keramahan staf, dan fasilitas yang disediakan sangat penting bagi pelanggan. Penelitian terbaru menunjukkan bahwa peningkatan kualitas layanan dapat meningkatkan nilai yang dirasakan dan kepuasan pelanggan secara signifikan. Maskapai yang konsisten dalam memberikan layanan berkualitas tinggi lebih mungkin untuk mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan mereka.

Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Layanan Penerbangan Berbiaya Rendah

Harga adalah salah satu faktor utama yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam industri penerbangan berbiaya rendah. Pelanggan biasanya sangat sensitif terhadap harga

tiket karena mereka mencari penerbangan yang ekonomis. Persepsi tentang keadilan harga atau "price fairness" sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Jika pelanggan merasa harga yang mereka bayar sebanding dengan layanan yang diterima, mereka akan merasa puas. Penelitian menunjukkan bahwa harga yang kompetitif dan transparan sangat penting untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

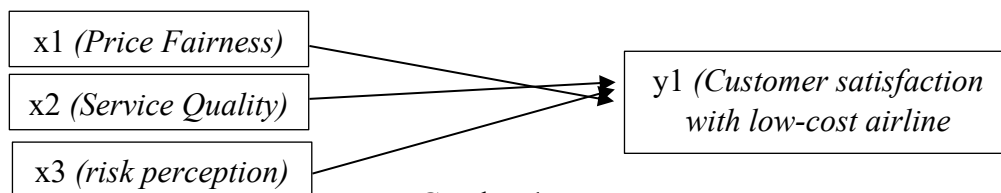
Pengaruh Persepsi Risiko Bandara Soekarno Hatta terhadap Kepuasan Konsumen.

Persepsi risiko juga memainkan peran penting dalam menentukan kepuasan pelanggan. Faktor-faktor seperti keamanan selama penerbangan, keandalan maskapai, dan kemungkinan penundaan atau pembatalan penerbangan dapat mempengaruhi persepsi pelanggan. Pelanggan yang merasa risiko terbang dengan maskapai berbiaya rendah tinggi mungkin merasa kurang puas. Mengurangi persepsi risiko melalui rekam jejak keamanan yang baik dan penanganan masalah yang cepat dan efisien sangat penting untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa ketiga faktor ini—kualitas layanan, harga, dan persepsi risiko—secara bersama-sama mempengaruhi kepuasan pelanggan. Maskapai penerbangan berbiaya rendah yang mampu meningkatkan kualitas layanan, menawarkan harga yang wajar, dan mengurangi persepsi risiko akan lebih mungkin mencapai tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi.

Kerangka Konseptual Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, penelitian relevan dan pembahasan, maka di perolah rerangka konseptual artikel ini seperti gambar.



Gambar 1

Berdasarkan gambar rerangka konseptual di atas, maka: x1 (*Price Fairness*), x2 (*Service Quality*) dan x3 (*risk perception*) berpengaruh terhadap y1 (*Customer Satisfaction with low-cost airline*).

KESIMPULAN

Berdasarkan tujuan, hasil dan pembahasan maka kesimpulan artikel ini adalah untuk merumuskan hipotesis untuk riset selanjutnya, yaitu:

- 1) kualitas layanan berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada layanan penerbangan berbiaya rendah.
- 2) harga berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada layanan penerbangan berbiaya rendah.
- 3) perspsi resiko berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada layanan penerbangan berbiaya rendah.

REFERENSI

[Abdul Gofur. "1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap." *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis \(JRMB\) Fakultas Ekonomi UNIAT 4*, no. 1 \(2019\): 37–44.](#)

[Acar, A. Zafer, and Selçuk Karabulak. "Competition between Full Service Network Carriers and Low Cost Carriers in Turkish Airline Market." *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 207 \(2015\): 642–651. <http://dx.doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.10.134>.](#)

[Agusinta, Lira, Cecep Pahrudin, and Wildan Wildan. "Budaya Perusahaan Dan Kinerja](#)

- Karyawan Transportasi Udara.” *Jurnal Manajemen Transportasi & Logistik (JMTRANSLOG)* 4, no. 2 (2017): 123.
- Ashari, Yogi, Juanita Rahmafatyra, and Lut Mafrudoh. “CITRA PERUSAHAAN, PENGGUNA DAN PRODUK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA PERUSAHAAN PENERBANGAN. *Jurnal Manajemen Bisnis Transportasi Dan Logistik*” (2017): 329–332. <https://journal.itltrisakti.ac.id/index.php/jmbtl/article/view/877>.
- Bubalo, Branko, and Alberto A. Gaggero. “Low-Cost Carrier Competition and Airline Service Quality in Europe.” *Transport Policy* 43, no. 2006 (2015): 23–31. <http://dx.doi.org/10.1016/j.tranpol.2015.05.015>.
- Gillen, David, and Ashish Lall. “Competitive Advantage of Low-Cost Carriers: Some Implications for Airports.” *Journal of Air Transport Management* 10, no. 1 (2004): 41–50.
- Gultom, Simon, Devi Marlita, and Aditya Wardana. “Kualitas Layanan, Kepercayaan Merek Dan Kepuasan Penumpang.” *Jurnal Manajemen Transportasi & Logistik (JMTRANSLOG)* 5, no. 2 (2018): 169.
- O’Connell, John F., and George Williams. “Passengers’ Perceptions of Low Cost Airlines and Full Service Carriers: A Case Study Involving Ryanair, Aer Lingus, Air Asia and Malaysia Airlines.” *Journal of Air Transport Management* 11, no. 4 (2005): 259–272.
- Rahmawati, Aisyah. “The Loyalty of Garuda Indonesia Customers To the Route of Jakarta-Surabaya.” *Jurnal Manajemen Transportasi Dan Logistik* 2, no. 3 (2015): 297.
- Sarinah, Mariyatul. Qibtiyah, and Siti. Nurhayati. “Strategi Meningkatkan Seat Load Factor Pada.” *Jurnal Manajemen Bisnis Transportasi dan Logistik (JMBTL)* 5, no. 3 (2019): 391–402. <http://library.itl.ac.id/jurnal>.
- Violin, Vivid, Mahfudnurnajamuddin, Sabri Hasan, and Muhlis Sufri. “Pengaruh Konsep Low-Cost Carrier Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Pada Maskapai Lion Airlines Di Indonesia.” *Journal of Management Science (JMS)* 2, no. 3 (2021): 26–36.
- Wahyuni TD, Ika Sari, and Yudi Fernando. “Growing Pains the Low Cost Carrier Sector in Indonesia: Internal Service Quality Using a Critical Incident Technique.” *Safety Science* 87 (2016): 214–223. <http://dx.doi.org/10.1016/j.ssci.2016.04.003>.
- Wijaya, Lianna, Ridho Bramulya Ikhsan, Hartiwi Prabowo, and Rini Kurnia Sari. “Identifikasi Kepuasan Penumpang Atas Implementasi Kualitas Layanan Perusahaan Penerbangan.” *Jurnal Manajemen Transportasi & Logistik (JMTRANSLOG)* 6, no. 3 (2019): 299.
- Wynd Rizaldy, and Agus Setiawan. “Kompetensi Dan Kualitas Layanan Karyawan Terhadap Keselamatan Penerbangan.” *Jurnal Manajemen Bisnis Transportasi dan Logistik* 1, no. 2 (2015): 177–192.