

ABSTRAK

STUDI IDENTIFIKASI KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. LION AIR DI BANDARA INTERNASIONAL KUALANAMU MEDAN

Oleh:

**Herman Saragih
12.860.0095**

Perkembangan maskapai penerbangan yang dimiliki atau dikelola pihak swasta saat ini menunjukkan perkembangan yang cukup tinggi, sehingga tingkat persaingan untuk mendapatkan pelanggan semakin sulit. Begitu pula dengan maskapai Lion Air yang dimiliki oleh Rusdi Kirana yang menjabat sebagai anggota Dewan Pertimbangan Presiden (Watimpres). Salah satu strategi yang dilakukan pemilik maskapai penerbangan baik pemerintah maupun swasta dalam mempertahankan atau meningkatkan jumlah pelanggan adalah dengan memberikan pelayanan yang berkualitas.

Rumusan masalah dalam penelitian ini bagaimana kepuasan pelanggan pada PT. Lion Air di Bandara Internasional Kualanamu Medan. Sedangkan hasil dari penelitian ini yaitu kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan jasa penerbangan PT. Lion Airlines. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi tingkat kepuasan pelanggan secara parsial maupun simultan terhadap tingkat kepuasan pelanggan dan untuk mengetahui pengaruh yang lebih dominan dari faktor-faktor kepuasan pelanggan (kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, kemudahan mendapatkan produk atau jasa, dan faktor emosional) terhadap tingkat kepuasan pelanggan jasa penerbangan PT. Lion Airlines di Bandara Internasional Kualanamu Medan.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei dan jenis penelitiannya deskriptif kuantitatif. Teknik pengumpulan data dengan wawancara, mengedarkan daftar pertanyaan terhadap sampel sebanyak 70 responden dan setiap penumpang tujuan Medan (KNO) – Jakarta (CGK) merupakan populasi dalam penelitian ini. Hasil analisis faktor yang dominan memiliki pengaruh signifikan adalah kualitas pelayanan. Nilai analisis persentase yang diperoleh untuk faktor kualitas pelayanan sebesar 27%, faktor kualitas produk sebesar 21.9%, faktor harga 25.8%, faktor kemudahan mendapatkan produk atau jasa 17%, faktor emosional 16.7%. Hal ini berarti bahwa faktor utama dalam memberikan kepuasan pada pelanggan adalah faktor kualitas pelayanan (waktu penerbangan (*ontime performance*), pelayanan, dan penerbangan lanjutan

(*connection flight*), faktor - faktor lainnya menjadi pendukung dalam mendapatkan kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : *Kepuasan Pelanggan - Lion Air KNO*



ABSTRACT
STUDY IDENTIFICATION CUSTOMER SATISFACTION IN PT. LION AIR IN
INTERNATIONAL AIRPORT KUALANAMU MEDAN

Oleh:

Herman Saragih
12.860.0095

The development of airlines owned or managed by private parties when this shows a fairly high development, so the level of competition to get customers more difficult. Likewise with Lion Air airline owned by Rusdi Kirana who served as a member of the Presidential Advisory Council (Watimpres). One of the strategies done by both government and private airline owners in maintaining or increasing the number of customers is to provide quality services.

Problem formulation in this research how customer satisfaction at PT. Lion Air at Kualanamu International Airport Medan. While the results of this study is the quality of service has a significant influence on the quality of services provided by aviation services PT. Lion Airlines. This study aims to identify the partial and simultaneous customer satisfaction level to the level of customer satisfaction and to know the more dominant influence of customer satisfaction factors (service quality, product quality, price, ease of getting product or service, and emotional factor) on the level of satisfaction Airline service provider PT.Lion Airlines at Kualanamu International Airport Medan.

The approach used in this research is survey and research type is descriptive quantitative. Technique of data collecting by interview, circulate questionnaire to sample as much as 70 respondents and every passenger destination Medan (KNO) - Jakarta (CGK) is population in this research. The result of the dominant factor analysis has a significant influence is the quality of service. The percentage analysis value obtained for the service quality factor is 27%, the product quality factor is 21.9%, the price factor is 25.8%, the ease factor gets the product or service 17%, the emotional factor is 16.7% . This means that the main factor in providing customer satisfaction is the factor of service quality (ontime performance), service, and connection flight, other factors become supporters in getting customer satisfaction.

Keywords: Customer Satisfaction - Lion Air KNO