



**ANALISA KUALITAS LAYANAN JASA MASKAPAI LION AIR
(Studi Kepuasan Pengguna Maskapai Lion Air di Kota Ambon)**

Oleh
Fientje Palijama
Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi (STIA) Abdul Azis Kataloka Ambon
Email: fientje.palijama@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas layanan jasa Maskapai Lion Air dan hubungannya dengan tingkat kepuasan pengguna di Kota Ambon. Layanan jasa yang berkualitas menjadi salah satu faktor utama dalam membentuk persepsi dan loyalitas pelanggan di industri penerbangan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap penumpang yang telah menggunakan jasa penerbangan Lion Air dari dan menuju Kota Ambon. Instrumen penelitian disusun berdasarkan enam dimensi kualitas pelayanan yaitu tangibles (bukti fisik), Tanginabel (bukti fisik), Reliabilty (keandalan), Assurance (jaminan) frekwensi penerbangan, Empaty (empati), Image (citra), Harga dan Nilai. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh dimensi kualitas layanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pengguna, dengan dimensi keandalan dan empati sebagai faktor paling dominan. Temuan ini memberikan implikasi bahwa peningkatan mutu layanan secara konsisten sangat diperlukan guna meningkatkan kepuasan dan loyalitas pengguna jasa Lion Air di Kota Ambon.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Penumpang, Maskapai Lion Air, Kota Ambon, SERVQUAL

PENDAHULUAN

Transportasi udara merupakan salah satu sarana penting dalam mendukung mobilitas masyarakat di era modern. Di Indonesia, pertumbuhan industri penerbangan sangat pesat, ditandai dengan meningkatnya jumlah penumpang dan maskapai yang beroperasi. Salah satu maskapai penerbangan yang mendominasi pasar domestik adalah Lion Air. Maskapai ini dikenal sebagai penyedia layanan penerbangan berbiaya rendah (Low-Cost Carrier/LCC) yang menjangkau berbagai kota, termasuk Ambon sebagai pusat kegiatan sosial dan ekonomi di wilayah timur Indonesia.

Dalam industri jasa, terutama penerbangan, kualitas pelayanan menjadi faktor kunci dalam membentuk kepuasan pelanggan. Pelayanan yang berkualitas mencerminkan kemampuan maskapai dalam memenuhi harapan dan kebutuhan penumpang, baik dari segi ketepatan waktu, kenyamanan, keramahan

awak kabin, keamanan penerbangan, hingga penanganan bagasi. Apabila pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan ekspektasi penumpang, maka kepuasan akan menurun dan dapat berdampak pada penurunan loyalitas terhadap maskapai tersebut.

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No. 1 Tahun 2009 tentang Penerbangan, penerbangan mencakup sistem yang melibatkan wilayah udara, pesawat, bandar udara, angkutan udara, navigasi penerbangan, serta aspek keselamatan dan keamanan. Maskapai penerbangan, baik swasta maupun pemerintah, menyediakan layanan angkutan udara untuk penumpang. Salah satu maskapai di Indonesia adalah Lion Air, yang didirikan pada 15 November 1999 oleh Kakak beradik Kusnan Kirana dan Rusdi Kirana, dan mulai beroperasi pada 30 Juni 2000. Maskapai ini berpusat di Jakarta dan melayani rute



pertama Jakarta-Pontianak dengan pesawat Boeing 737-200.

Lion Air, dengan slogan "We Make People Fly," bertujuan mengubah stigma negatif tentang penerbangan murah dengan menekankan aspek keselamatan, keamanan, dan kenyamanan. Dengan armada sebanyak 112 pesawat, termasuk Boeing 737-800NG, 737-900ER, 737-9 Max, Airbus 330-900 Neo, dan Airbus 330-343, Lion Air mengusung konsep maskapai berbiaya rendah (low cost carrier). Namun, tantangan utama bagi Lion Air adalah reputasi negatif terkait kualitas layanan, seperti keterlambatan penerbangan yang sering terjadi, bahkan hingga berhari-hari, yang menyebabkan penumpang terlantar.

Lion Air, sebagai maskapai yang cukup sering melayani rute ke dan dari Kota Ambon, kerap mendapat sorotan publik terkait kualitas layanannya, mulai dari keterlambatan jadwal hingga keluhan terhadap layanan kabin. Oleh karena itu, penting untuk dilakukan penelitian guna mengetahui sejauh mana kualitas pelayanan yang diberikan Lion Air memengaruhi kepuasan penumpang di Kota Ambon. Penelitian ini akan memberikan gambaran tentang persepsi penumpang terhadap dimensi-dimensi pelayanan dan dampaknya terhadap tingkat kepuasan mereka.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan penumpang maskapai Lion Air di Kota Ambon, dengan harapan dapat memberikan masukan bagi pihak maskapai dalam meningkatkan kualitas layanan dan mempertahankan loyalitas pelanggan.

LANDASAN TEORI

a. Pelayanan Publik

Pelayanan publik mengacu pada pemberian layanan kepada masyarakat oleh berbagai organisasi, termasuk pemerintah, BUMN, dan BUMD. Menurut Agung Kurniawan (2005), pelayanan publik adalah proses melayani kebutuhan masyarakat sesuai

dengan aturan yang telah ditetapkan. Ratminto (2005) mendefinisikan pelayanan publik sebagai bentuk jasa yang disediakan oleh instansi pemerintah atau badan usaha negara untuk memenuhi kebutuhan masyarakat serta pelaksanaan peraturan perundang-undangan. Sinambela menjelaskan bahwa pelayanan publik adalah kegiatan pemerintah yang memberikan manfaat dan kepuasan tanpa terikat pada produk fisik tertentu.

Penyelenggaraan pelayanan publik melibatkan beberapa unsur penting: penyelenggara layanan, penerima layanan, dan kepuasan yang diterima. Penyelenggara dapat berupa pemerintah daerah, lembaga independen, badan usaha, atau masyarakat umum. Untuk mencapai good governance, pemerintah daerah harus menyesuaikan pola pikir dan kerjanya dengan tujuan otonomi daerah, yaitu meningkatkan pelayanan kepada masyarakat dengan prinsip kesetaraan, transparansi, akuntabilitas, dan keadilan.

b. Kualitas Layanan

Kualitas layanan merujuk pada sejauh mana layanan memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan. Beberapa definisi dari kualitas layanan mencakup: **Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (2011:73)** Kualitas layanan sebagai perbedaan antara harapan dan persepsi kinerja layanan. **Gronroo (2009:17)** Kualitas layanan sebagai persepsi pelanggan tentang kemampuan penyedia layanan dalam memberikan manfaat. **(Lewis dan Booms 2004:14)** mengatakan bahwa Kualitas layanan sebagai kemampuan memenuhi kebutuhan pelanggan dengan cara yang membedakan dari pesaing. **(Garvin 2022:86)** membedakan kualitas layanan menjadi : Lima dimensi kualitas layanan: kinerja, fitur, keandalan, konsistensi, dan kemudahan penggunaan. Menurut **Crosby 2019:7**): Kualitas sebagai pemenuhan atau melebihi kebutuhan pelanggan. **(Tjiptono 2006:74)** menjelaskan bahwa : Kualitas layanan dipersepsikan berdasarkan deskripsi pelanggan dan kemampuan penyedia layanan dalam



memenuhi kebutuhan tersebut. **Kasmir (2009:19)** mengatakan bahwa : Kualitas layanan dinyatakan berkualitas apabila memenuhi kebutuhan pelanggan sesuai dengan harapan mereka.

Manfaat kualitas layanan adalah : 1). **Peningkatan Kepuasan Pelanggan:** Layanan yang baik meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan; 2). **Pertahankan Pelanggan yang Ada:** Layanan berkualitas membantu mempertahankan pelanggan dan mendorong rekomendasi. 3). **Peningkatan Reputasi Merek.**

c. Kepuasan Pengguna Jasa

Kepuasan pengguna jasa adalah ukuran sejauh mana harapan dan kebutuhan pelanggan terpenuhi oleh layanan yang diberikan. Definisi kepuasan pengguna jasa meliputi: **Kotler (2019)** mendefinisikan : Kepuasan pelanggan sebagai perasaan setelah membandingkan kinerja layanan dengan harapan. **ACSI (2006:** Penilaian keseluruhan terhadap kualitas produk atau layanan berdasarkan pengalaman dan harapan pengguna. **Umar (2019)** Kepuasan sebagai kemungkinan menjadi pelanggan setia jika layanan memenuhi harapan. **Riyanto (2014)** Kepuasan pengguna jasa adalah perbandingan antara kualitas layanan yang dirasakan dengan harapan. **Kasmir (2019)** Kepuasan adalah pencapaian harapan pelanggan melalui kenyataan yang dirasakan.

Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan termasuk kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, faktor situasi, dan faktor pribadi. Beberapa penjelasan faktor tersebut: **Kualitas Pelayanan adalah :** Kepuasan meningkat dengan pelayanan yang baik dan sesuai harapan **Kualitas Produk adalah :** Kepuasan dipengaruhi oleh kualitas produk yang sesuai dengan kebutuhan. **Harga adalah :** Harga yang wajar dan sesuai dengan kualitas dapat meningkatkan kepuasan. **Faktor Situasi:** Kondisi saat layanan diterima mempengaruhi kepuasan. **Faktor Pribadi:** Karakteristik dan kebutuhan pribadi pelanggan juga mempengaruhi kepuasan.

Menurut Umar (2000), Kepuasan Fungsional: Kepuasan berdasarkan fungsi dan manfaat dari layanan atau produk. **Kepuasan Psikologikal:** Kepuasan yang diperoleh dari atribut tidak berwujud, seperti suasana lingkungan yang menyenangkan.

d. Asumsi

Asumsi yang dapat digunakan dalam penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan penumpang maskapai Lion Air di Kota Ambon adalah sebagai berikut :1). Responden memahami layanan yang diberikan oleh Lion Air. 2). Kualitas pelayanan memiliki hubungan langsung dengan kepuasan penumpang. 3).Setiap dimensi kualitas pelayanan berkontribusi terhadap kepuasan penumpang. 4). Faktor eksternal di luar pelayanan tidak terlalu memengaruhi kepuasan.

e. Indikator.

Bertolak dari asumsi yang dikemukakan maka, indikator yang dapat digunakan untuk mengukur pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan penumpang Maskapai Lion Air di Kota Ambon adalah : Kualitas layanan diukur dengan : Tanginabel (bukti fisik), Reliablyti (keandalan), Assurance (jaminan); sedangkan kepuasan pengguna di ukur dengan : frekwensi penerbangan, Empaty (impati), Image (citra), Harga dan Nilai.

f. Deskripsi Fokus:

1. Kualitas Layanan: Merupakan tingkat keunggulan suatu layanan yang mampu memenuhi atau bahkan melampaui harapan pelanggan.
2. Kepuasan Pengguna: Mengacu pada sejauh mana produk atau layanan yang diberikan oleh perusahaan memenuhi atau melebihi ekspektasi pelanggan.
3. Tangible (Bukti Fisik): Berkaitan dengan kebersihan dan kenyamanan fasilitas fisik yang disediakan oleh maskapai, seperti tempat duduk, toilet, dan area kabin.



4. Reliability (Keandalan): Menggambarkan kemampuan maskapai untuk menyediakan jadwal yang tepat waktu dan konsistensi layanan yang diberikan dari waktu ke waktu.
5. Assurance (Jaminan): Merujuk pada keahlian staf maskapai dan kemampuan mereka untuk memberikan rasa aman kepada penumpang.
6. Frekuensi Penerbangan: Berhubungan dengan kualitas dan jumlah penerbangan yang tersedia dari dan ke Ambon.
7. Empathy (Empati): Mencerminkan perhatian dan kepedulian staf terhadap kebutuhan pribadi setiap penumpang.
8. Image (Citra): Mengacu pada kecenderungan penumpang untuk kembali menggunakan layanan maskapai karena citra positif yang dimiliki oleh maskapai tersebut.
9. Harga dan Nilai: Menggambarkan kesesuaian harga tiket dengan kualitas layanan yang diterima oleh penumpang.

METODE PENELITIAN

a. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Pendekatan ini bersifat deskriptif dan lebih menekankan pada analisis. Penelitian kualitatif lebih mengutamakan proses serta makna yang ditinjau dari perspektif subjek. Teori digunakan sebagai panduan agar fokus penelitian tetap konsisten dengan kondisi nyata di lapangan (Saryono, 2010).

b. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat yang relevan dengan tujuan atau masalah yang diteliti, dan juga menjadi salah satu sumber data yang dapat digunakan oleh peneliti. Menurut Sukmadinata, pemilihan lokasi terkait dengan penetapan unit, bagian, kelompok, serta tempat dimana individu-individu terlibat dalam kegiatan atau peristiwa yang diteliti. Dalam penelitian ini, kantor Maskapai Lion Air di Kota Ambon akan menjadi lokasi penelitian.

c. Sumber Data

Dalam penelitian ini, data yang dikumpulkan terdiri dari data kualitatif dan kuantitatif yang diperoleh dari berbagai sumber data. Untuk memperoleh data yang lengkap, sumber data sangat penting agar penelitian dapat menghasilkan pemahaman dan kesimpulan yang tepat. Menurut Sutopo, sumber data meliputi narasumber (informan), peristiwa atau aktivitas, lokasi atau tempat, objek, gambar, rekaman, serta dokumen.

Pengumpulan data dilakukan melalui prosedur berikut:

1. Data Primer: Data primer diperoleh langsung dari pimpinan, pegawai, dan staf Maskapai Lion Air di Kota Ambon untuk memastikan akurasi data.
2. Data Sekunder: Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung oleh peneliti, berupa dokumen-dokumen yang ada di Maskapai Lion Air di Kota Ambon.

d. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kualitatif, analisis bersifat induktif, yaitu berdasarkan data yang dikumpulkan. Menurut Miles & Huberman (1992:16), analisis data terdiri dari tiga tahap yang berjalan secara bersamaan, yaitu: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Berikut penjelasan lebih lanjut mengenai ketiga tahap tersebut:

1. **Reduksi Data** : Pada tahap ini, peneliti merangkum seluruh data yang diperoleh, kemudian menyaring dan memfokuskan pada aspek-aspek yang penting sesuai dengan tujuan penelitian. Data yang sudah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai pelayanan masyarakat di Maskapai Lion Air di Kota Ambon.
2. **Penyajian Data** : Setelah data diringkas, peneliti menyajikan data dalam bentuk uraian singkat, bagan, atau hubungan antar kategori. Penyajian ini memudahkan peneliti untuk



menjelaskan hasil penelitian serta menarik kesimpulan yang akurat.

3. **Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi** : Menurut Miles & Huberman, penarikan kesimpulan merupakan bagian dari keseluruhan proses analisis. Kesimpulan-kesimpulan diverifikasi selama proses penelitian berlangsung. Verifikasi dapat dilakukan melalui pemikiran ulang terhadap catatan lapangan, diskusi dengan rekan sejawat untuk mencapai konsensus, atau menguji temuan dengan data lain. Dengan demikian, kesimpulan akhir tidak hanya ditarik selama proses pengumpulan data, tetapi juga harus diuji keabsahannya untuk memastikan bahwa hasil penelitian dapat dipertanggungjawabkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian.

1. Kualitas Layanan.

a. Tangible (Bukti Fisik)

Tangible (Bukti Fisik) dalam layanan Lion Air di Ambon mencakup berbagai aspek fisik yang bisa langsung dilihat dan dirasakan oleh penumpang. Hal ini meliputi kondisi pesawat, penampilan serta sikap staf, dan fasilitas di bandara. Contohnya, pesawat yang bersih, kursi yang nyaman, dan kabin yang teratur dapat memberikan kesan positif. Selain itu, penampilan profesional dari staf dan fasilitas bandara yang modern juga berperan penting dalam membentuk persepsi penumpang terhadap kualitas layanan maskapai.

Di sisi lain, penggunaan teknologi canggih untuk check-in dan kualitas material pemasaran seperti brosur dan tiket juga merupakan bagian dari Tangible yang mempengaruhi pengalaman pelanggan. Dengan memastikan semua aspek fisik ini dikelola dengan baik, Lion Air di Ambon dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas penumpang. Tangible yang baik berkontribusi dalam menciptakan kesan maskapai yang profesional dan dapat

diandalkan, sehingga meningkatkan daya saing di industri penerbangan.

Sebagian besar penumpang merasa kabin pesawat bersih dan rapi, dengan suasana yang nyaman selama penerbangan. Namun, ada beberapa catatan yang perlu diperhatikan, seperti kebutuhan untuk menjaga kebersihan toilet sepanjang penerbangan dan peningkatan kenyamanan kursi, terutama terkait ruang kaki yang dianggap sempit oleh beberapa penumpang. Udara di dalam kabin juga menjadi perhatian, dengan beberapa pengguna mengharapkan kualitas udara yang lebih baik selama penerbangan. Secara keseluruhan, meskipun ada area yang memerlukan perbaikan, pengalaman penumpang dengan kebersihan dan kenyamanan kabin Lion Air di rute ini cukup memuaskan.

Penilaian pengguna terhadap kondisi dan penampilan visual pesawat Lion Air yang melayani rute dari dan ke Ambon secara umum cukup baik, terutama dalam hal kebersihan dan perawatan eksterior pesawat. Pengguna merasa puas dengan tampilan luar pesawat yang terlihat bersih, modern, dan profesional. Namun, terdapat beberapa catatan mengenai kondisi interior kabin. Banyak pengguna mengamati bahwa kursi, karpet, dan dinding kabin menunjukkan tanda-tanda keausan dan memerlukan pembaruan atau perbaikan. Meskipun demikian, keseluruhan pengalaman visual pesawat Lion Air dinilai positif, dengan harapan adanya peningkatan dalam perawatan dan pembaruan interior kabin untuk meningkatkan kenyamanan pengguna.

b. Reliability (Keandalan)

Reliability atau keandalan merujuk pada sejauh mana sebuah sistem, produk, atau layanan dapat diandalkan untuk memberikan hasil yang konsisten dan sesuai dengan harapan dalam kondisi penggunaan yang normal. Dalam konteks layanan atau produk, keandalan sering kali diukur dengan melihat frekuensi kegagalan atau masalah yang terjadi. Sebagai contoh, dalam industri manufaktur, keandalan produk dapat diukur dengan berapa sering produk



tersebut mengalami kerusakan atau tidak berfungsi sebagaimana mestinya selama periode waktu tertentu. Produk yang memiliki tingkat keandalan tinggi berarti memiliki sedikit masalah dan dapat diandalkan untuk berfungsi dengan baik secara konsisten.

Keandalan juga penting dalam konteks layanan publik dan layanan pelanggan, di mana konsumen mengharapkan layanan yang stabil dan dapat diandalkan setiap kali mereka berinteraksi dengan penyedia layanan. Dalam layanan publik seperti transportasi atau layanan kesehatan, keandalan mencakup seberapa sering layanan tersebut tersedia dan memenuhi standar kualitas yang dijanjikan. Keandalan yang tinggi dalam konteks ini berarti bahwa konsumen dapat bergantung pada layanan tersebut untuk memenuhi kebutuhan mereka dengan tingkat ketidakpastian yang minimal. Keterandalan yang tinggi sering kali membangun kepercayaan dan kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan reputasi dan keberhasilan jangka panjang dari sebuah organisasi.

Secara umum, meskipun Lion Air berusaha untuk meminimalkan keterlambatan dan pembatalan, frekuensi keduanya dapat bervariasi tergantung pada situasi spesifik. Untuk data yang lebih akurat mengenai frekuensi keterlambatan atau pembatalan di rute Ambon, biasanya maskapai akan merilis laporan kinerja atau informasi terkait kepada publik.

Penilaian pengguna terhadap konsistensi waktu penerbangan Lion Air di Kota Ambon menunjukkan hasil yang bervariasi. Sementara beberapa penumpang merasa bahwa maskapai ini cukup baik dalam menjaga ketepatan waktu, banyak juga yang melaporkan frekuensi keterlambatan yang mengganggu rencana perjalanan mereka. Secara keseluruhan, meskipun ada pengalaman positif mengenai ketepatan waktu, adanya keterlambatan yang sering terjadi mengindikasikan bahwa perlu adanya perbaikan dalam konsistensi jadwal

penerbangan untuk meningkatkan kepuasan pengguna.

Sebagian besar pengguna merasakan adanya upaya dari Lion Air untuk menjaga konsistensi layanan yang dijanjikan. Namun, ada juga beberapa pengguna yang mengungkapkan ketidakpuasan, terutama terkait dengan ketepatan waktu dan penanganan penundaan. Secara keseluruhan, meskipun layanan Lion Air di rute Ambon dianggap cukup memadai oleh beberapa pengguna, masih terdapat ruang untuk peningkatan, khususnya dalam hal komunikasi dan kepastian jadwal.

c. Assurance (Jaminan).

Assurance (Jaminan) dalam konteks kualitas layanan merujuk pada kemampuan perusahaan atau penyedia layanan untuk memberikan rasa aman dan kepercayaan kepada pelanggan. Hal ini melibatkan kompetensi, kesopanan, dan kredibilitas karyawan dalam memberikan pelayanan yang dapat dipercaya. Assurance mencakup aspek-aspek seperti pengetahuan dan keterampilan staf dalam menangani masalah, kemampuan mereka dalam menjelaskan layanan dengan jelas, serta sikap profesional yang mencerminkan keandalan dan integritas perusahaan. Ketika pelanggan merasa bahwa mereka bisa mempercayai penyedia layanan, mereka cenderung lebih puas dan loyal terhadap perusahaan tersebut.

Selain itu, Assurance juga berperan penting dalam menciptakan persepsi positif terhadap perusahaan di mata pelanggan. Faktor-faktor seperti keamanan dalam bertransaksi, jaminan kualitas layanan, dan responsivitas dalam menangani keluhan menjadi bagian dari Assurance yang memberikan jaminan kepada pelanggan bahwa mereka berada dalam tangan yang baik. Dengan demikian, Assurance tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan, tetapi juga membangun hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan antara pelanggan dan perusahaan.

Terhadap kemampuan dan kompetensi staf Lion Air dalam memberikan informasi yang



jelas dan akurat terkait penerbangan di rute Ambon adalah bahwa secara umum, pengguna merasa staf Lion Air cukup kompeten dan informatif. Banyak pengguna yang puas dengan kejelasan dan ketepatan informasi yang diberikan, serta sikap ramah staf dalam melayani penumpang. Namun, ada beberapa pengguna yang mencatat bahwa informasi yang diberikan terkadang tidak konsisten atau kurang cepat, terutama dalam situasi penundaan atau perubahan jadwal penerbangan. Oleh karena itu, meskipun penilaian secara keseluruhan positif, masih ada ruang bagi Lion Air untuk meningkatkan kecepatan dan ketepatan informasi yang diberikan kepada pengguna.

Tingkat keamanan dan kenyamanan dengan prosedur keamanan yang diterapkan oleh Lion Air selama penerbangan dari dan ke Ambon adalah bahwa mayoritas pengguna merasa aman dan nyaman dengan langkah-langkah keamanan yang dilakukan. Mereka menghargai prosedur yang ketat dan profesionalisme kru dalam memastikan keselamatan penumpang. Namun, beberapa pengguna mengungkapkan adanya ketidaknyamanan, terutama terkait waktu yang dibutuhkan selama pemeriksaan keamanan di bandara. Secara keseluruhan, meskipun prosedur keamanan dianggap memadai dan menenangkan, ada peluang untuk mempercepat proses tanpa mengurangi standar keselamatan yang tinggi.

Penilaian pengguna terhadap sikap dan profesionalisme staf Lion Air dalam menangani keluhan atau masalah yang muncul selama penerbangan di rute Ambon secara umum menunjukkan bahwa staf mampu menangani situasi dengan cukup baik, meskipun masih terdapat ruang untuk perbaikan. Sebagian besar penumpang mengapresiasi responsivitas dan empati yang ditunjukkan oleh staf, serta kemampuan mereka dalam menyelesaikan masalah dengan profesional. Namun, ada juga beberapa pengguna yang merasa bahwa komunikasi bisa lebih ditingkatkan untuk memberikan penjelasan yang lebih jelas dan

transparan mengenai solusi yang diberikan. Secara keseluruhan, penilaian terhadap layanan staf Lion Air di rute ini cukup memuaskan, meskipun ada aspek-aspek tertentu yang dapat diperbaiki untuk meningkatkan kualitas pelayanan.

1.2. Kepuasan Pengguna

a. Frekuensi Penerbangan

Frekuensi penerbangan merujuk pada jumlah penerbangan yang dijadwalkan oleh sebuah maskapai pada rute tertentu dalam periode waktu tertentu, seperti harian atau mingguan. Frekuensi yang tinggi memberikan penumpang lebih banyak pilihan jadwal, meningkatkan kenyamanan dan fleksibilitas perjalanan, serta dapat memperbaiki kepuasan pelanggan. Selain itu, frekuensi yang sering juga mempengaruhi efisiensi operasional maskapai, memungkinkan mereka untuk memaksimalkan penggunaan pesawat dan kru. Di sisi ekonomi, frekuensi penerbangan yang tinggi dapat mendukung pertumbuhan ekonomi lokal dengan menarik lebih banyak wisatawan dan bisnis ke suatu daerah.

Kesimpulannya, sebagian besar pengguna menilai bahwa frekuensi penerbangan Lion Air dari dan ke Ambon cukup memadai untuk memenuhi kebutuhan perjalanan mereka. Mereka mengapresiasi fleksibilitas jadwal yang memungkinkan mereka memilih waktu penerbangan sesuai kebutuhan. Namun, ada juga beberapa pengguna yang merasa frekuensi penerbangan masih perlu ditingkatkan, terutama pada hari-hari tertentu seperti akhir pekan, musim liburan, atau pada waktu-waktu tertentu seperti pagi hari dan malam hari. Selain itu, beberapa pengguna menyarankan penambahan penerbangan langsung tanpa transit untuk menghemat waktu perjalanan. Secara keseluruhan, meskipun frekuensi penerbangan dianggap cukup, ada ruang untuk perbaikan dalam menyesuaikan jadwal dengan permintaan pengguna.

Sebagian pengguna merasa bahwa Lion Air cukup responsif dengan menambah penerbangan ekstra selama musim liburan dan



hari-hari ramai, sehingga mereka bisa menemukan jadwal yang sesuai. Namun, ada juga pengguna yang merasa bahwa pilihan penerbangan masih terbatas dan persaingan untuk mendapatkan tiket cukup ketat, terutama pada puncak musim liburan. Beberapa pengguna mengharapkan adanya peningkatan frekuensi penerbangan dan lebih banyak pilihan jadwal untuk memenuhi kebutuhan yang lebih luas. Secara keseluruhan, meskipun ada peningkatan, masih terdapat ruang untuk perbaikan dalam hal penyediaan pilihan penerbangan yang lebih memadai pada saat permintaan tinggi

Penilaian pengguna terhadap frekuensi penerbangan Lion Air yang konsisten dan dapat diandalkan dari dan ke Ambon menunjukkan adanya variasi pengalaman. Sebagian pengguna merasa puas dengan frekuensi penerbangan yang sering dan tepat waktu, yang memungkinkan fleksibilitas dalam perencanaan perjalanan. Namun, ada juga pengguna yang mengalami masalah terkait penundaan dan pembatalan penerbangan, yang mengurangi persepsi mereka terhadap keandalan Lion Air. Meskipun jadwal penerbangan yang tersedia cukup banyak, konsistensi dalam ketepatan waktu masih menjadi area yang perlu diperbaiki untuk meningkatkan kepuasan pengguna secara keseluruhan.

Sebagian pengguna merasa puas dengan fleksibilitas jadwal yang ditawarkan, yang memudahkan mereka dalam merencanakan perjalanan. Namun, ada juga pengguna yang merasa waktu yang tersedia kurang sesuai dengan kebutuhan mereka, mengakibatkan ketidakpuasan. Beberapa pengguna menyarankan adanya tambahan pilihan waktu untuk meningkatkan kenyamanan dan memenuhi berbagai preferensi perjalanan. Secara keseluruhan, meskipun ada aspek positif, perbaikan dalam variasi jadwal penerbangan dapat meningkatkan kepuasan pengguna lebih lanjut.

b. Empathy (Empati)

Empati adalah kemampuan yang memungkinkan seseorang untuk memahami dan merasakan perasaan, pikiran, serta pengalaman orang lain seolah-olah mereka sendiri yang mengalaminya. Ini mencakup dua komponen utama: empati kognitif dan empati emosional. Empati kognitif adalah kemampuan untuk memahami sudut pandang orang lain, melihat dunia dari perspektif mereka, dan mengidentifikasi perasaan mereka. Sementara itu, empati emosional melibatkan kemampuan untuk benar-benar merasakan emosi yang sama dengan orang lain, misalnya, merasakan kesedihan ketika melihat seseorang yang sedang berduka. Kedua jenis empati ini bekerja bersama-sama untuk membantu seseorang membangun hubungan yang lebih mendalam dan memahami kebutuhan emosional orang lain dengan lebih baik.

Dalam berbagai konteks, seperti hubungan pribadi, pekerjaan, dan kepemimpinan, empati memainkan peran penting dalam menciptakan lingkungan yang suportif dan inklusif. Seseorang yang memiliki empati tinggi mampu meredakan konflik dengan lebih efektif, membangun komunikasi yang lebih baik, dan memberikan dukungan emosional yang diperlukan oleh orang lain. Empati juga mendorong rasa solidaritas dan kerja sama dalam kelompok, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kesejahteraan sosial dan emosional. Dalam dunia yang semakin kompleks dan saling terhubung, kemampuan untuk menunjukkan empati menjadi semakin penting dalam menjaga hubungan harmonis dan menciptakan komunitas yang lebih manusiawi.

Penilaian pengguna terhadap perhatian dan sikap ramah staf Lion Air dalam menangani kebutuhan khusus penumpang di rute Ambon umumnya positif, dengan banyak penumpang merasa terbantu dan nyaman selama perjalanan. Staf Lion Air dinilai responsif, ramah, dan penuh perhatian dalam menangani permintaan khusus, seperti penanganan kursi roda, bagasi khusus, dan diet khusus. Meskipun demikian,



ada beberapa pengguna yang merasa bahwa staf bisa lebih siap dan terlatih dalam menghadapi situasi tertentu. Ini menunjukkan bahwa sementara layanan sudah memadai, masih ada ruang untuk perbaikan, terutama dalam hal kesiapan dan pelatihan staf untuk menangani kebutuhan khusus dengan lebih efektif.

Responsivitas staf Lion Air dalam memberikan bantuan kepada penumpang selama perjalanan dari dan ke Ambon menunjukkan bahwa secara umum, staf Lion Air cukup responsif dan berusaha memberikan bantuan yang diperlukan oleh penumpang. Banyak pengguna yang merasa puas dengan kecepatan dan kejelasan bantuan yang diberikan, terutama dalam situasi yang membutuhkan informasi atau dukungan langsung. Namun, ada juga beberapa penumpang yang menganggap responsivitas staf bisa ditingkatkan, terutama saat menghadapi situasi dengan banyak penumpang atau ketika bantuan diperlukan dengan segera. Secara keseluruhan, layanan Lion Air dalam hal ini dinilai baik, meski masih ada ruang untuk perbaikan lebih lanjut.

c. Image (Citra).

Citra (image) adalah persepsi atau gambaran mental yang dimiliki individu atau masyarakat tentang seseorang, organisasi, produk, atau layanan. Citra ini terbentuk melalui pengalaman langsung, komunikasi, serta media, dan sangat memengaruhi bagaimana entitas tersebut dilihat dan dinilai oleh publik. Citra yang positif dapat meningkatkan reputasi, kepercayaan, dan daya tarik, sementara citra negatif dapat merusak hubungan dan menurunkan nilai atau kepercayaan publik terhadap entitas tersebut. Pembentukan dan pengelolaan citra adalah bagian penting dari strategi komunikasi dan pemasaran, terutama dalam konteks bisnis dan pemerintahan.

Citra umum Lion Air sebagai maskapai yang andal dan berkualitas dalam melayani rute dari dan ke Ambon menunjukkan pandangan yang beragam dari para pengguna. Secara

keseluruhan, Lion Air dinilai sebagai maskapai dengan harga tiket yang kompetitif dan jaringan rute yang luas, termasuk frekuensi penerbangan yang tinggi ke Ambon. Namun, keandalan maskapai ini masih dipertanyakan oleh beberapa pengguna, terutama terkait ketepatan waktu penerbangan dan konsistensi layanan. Meskipun Lion Air cukup dihargai dalam hal keselamatan dan aksesibilitas, terdapat ruang untuk perbaikan di area pelayanan pelanggan, kenyamanan dalam pesawat, serta manajemen penanganan bagasi. Hal ini menunjukkan bahwa sementara Lion Air dianggap praktis dan terjangkau, ada ekspektasi dari pengguna untuk peningkatan dalam aspek layanan untuk membangun citra yang lebih solid sebagai maskapai yang andal dan berkualitas.

Citra positif Lion Air di mata masyarakat Ambon memainkan peran yang sangat penting dalam memengaruhi keputusan pengguna untuk memilih maskapai ini. Pengguna percaya bahwa citra yang baik mencerminkan kepercayaan, keamanan, dan kualitas layanan yang diberikan oleh maskapai. Reputasi yang baik membuat pengguna merasa lebih yakin dan nyaman untuk memilih Lion Air sebagai pilihan penerbangan mereka, karena mereka didukung oleh pandangan positif dari masyarakat. Citra yang baik juga menunjukkan bahwa Lion Air telah memenuhi harapan pengguna lain, yang pada akhirnya memperkuat kepercayaan mereka untuk terus menggunakan layanan maskapai ini.

c. Harga dan Nilai.

Harga dan nilai adalah dua elemen krusial dalam ekonomi dan pemasaran yang digunakan untuk mengevaluasi produk atau layanan. Harga merujuk pada jumlah uang yang harus dibayar oleh konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa, sedangkan nilai menggambarkan manfaat atau kepuasan yang diperoleh konsumen dari produk atau layanan tersebut. Walaupun harga sering menjadi faktor utama dalam keputusan pembelian, nilai yang dirasakan oleh konsumen dapat memengaruhi cara mereka menilai harga. Nilai yang tinggi



umumnya terkait dengan kualitas, manfaat tambahan, dan pengalaman yang memuaskan, sementara harga yang kompetitif dapat menjadi strategi untuk menarik konsumen dengan memberikan tawaran yang menarik.

Harga tiket memainkan peran penting dalam membentuk persepsi nilai yang diterima oleh penumpang Lion Air. Penumpang umumnya merasa bahwa nilai yang mereka terima harus sesuai dengan harga tiket yang dibayar. Ketika harga tiket tinggi, mereka mengharapkan kualitas layanan dan kenyamanan yang lebih baik. Sebaliknya, harga tiket yang lebih rendah sering dianggap memberikan nilai lebih jika layanan dan fasilitasnya memadai. Namun, jika harga tiket terlalu rendah disertai dengan layanan yang buruk, persepsi nilai menjadi negatif.

Penumpang cenderung menilai nilai perjalanan dengan memperhatikan keseimbangan antara harga tiket dan kualitas layanan yang diterima. Harga tiket yang kompetitif biasanya menciptakan persepsi nilai yang positif, selama layanan yang diberikan sesuai. Sebaliknya, harga tiket yang tinggi tanpa peningkatan kualitas layanan dapat mengurangi persepsi nilai, sementara harga tiket yang sangat rendah dengan fasilitas terbatas dapat membuat penumpang merasa nilai yang diterima tidak sebanding dengan biaya yang dikeluarkan.

Hubungan antara harga tiket Lion Air dan kepuasan pengguna di Kota Ambon menunjukkan bahwa harga tiket mempengaruhi persepsi kepuasan secara signifikan. Umumnya, harga tiket yang terjangkau dapat meningkatkan kepuasan karena pengguna merasa mendapatkan nilai yang baik untuk uang yang mereka keluarkan. Namun, kepuasan juga dipengaruhi oleh seberapa baik harga tiket sesuai dengan ekspektasi. Pengguna cenderung mengharapkan layanan yang lebih baik jika harga tiket tinggi, sedangkan harga yang lebih rendah dengan layanan yang memadai masih dapat memenuhi kepuasan. Perbandingan harga dengan maskapai lain juga penting; harga yang

bersaing dengan pesaing dapat meningkatkan kepuasan pengguna. Dengan demikian, penting bagi Lion Air untuk mengelola harga tiket dengan hati-hati agar pengguna merasa puas dengan nilai yang mereka terima sebanding dengan layanan yang diberikan.

1.3. Analisa.

Hasil analisa kualitatif pelayanan terhadap Kualitas Layanan jasa Lion Air pada Maskapai Lion Air di Kota Ambon terlihat dengan jelas bahwa :

Pertama: kualitas pelayanan pada maskapai Lion Air memiliki suasana yang nyaman selama penerbangan, namun, ada beberapa catatan yang perlu diperhatikan, toilet yang kurang bersih, ruang kaki yang sangat sempit kualitas udara yang lebih baik selama penerbangan; **Kedua:** citra positif Lion Air di mata masyarakat Ambon memainkan peran yang sangat penting dalam memengaruhi keputusan pengguna untuk memilih maskapai ini. Pengguna percaya bahwa citra yang baik mencerminkan kepercayaan, keamanan, dan kualitas layanan yang diberikan oleh maskapai. Reputasi yang baik membuat pengguna merasa lebih yakin dan nyaman untuk memilih Lion Air sebagai pilihan penerbangan mereka, karena mereka didukung oleh pandangan positif dari masyarakat. Citra yang baik juga menunjukkan bahwa Lion Air telah memenuhi harapan pengguna lain, yang pada akhirnya memperkuat kepercayaan mereka untuk terus menggunakan layanan maskapai ini. **Ketiga;** Citra umum Lion Air sebagai maskapai yang andal dan berkualitas dalam melayani rute dari dan ke Ambon menunjukkan pandangan yang beragam dari para pengguna. Secara keseluruhan, Lion Air dinilai sebagai maskapai dengan harga tiket yang kompetitif dan jaringan rute yang luas, termasuk frekuensi penerbangan yang tinggi ke Ambon. Namun, keandalan maskapai ini masih dipertanyakan oleh beberapa pengguna, terutama terkait ketepatan waktu penerbangan dan konsistensi layanan. Meskipun Lion Air cukup dihargai dalam hal keselamatan dan aksesibilitas, terdapat ruang



untuk perbaikan di area pelayanan pelanggan, kenyamanan dalam pesawat, serta manajemen penanganan bagasi. **Keempat:** Harga tiket yang terjangkau dapat meningkatkan kepuasan karena pengguna merasa mendapatkan nilai yang baik untuk uang yang mereka keluarkan. Namun, kepuasan juga dipengaruhi oleh seberapa baik harga tiket sesuai dengan ekspektasi.. Perbandingan harga dengan maskapai lain juga penting; harga yang bersaing dengan pesaing dapat meningkatkan kepuasan pengguna.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut :

1. Kepuasan pelanggan terhadap layanan Lion Air sering kali bervariasi, dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti ketepatan waktu penerbangan, kualitas pelayanan dari staf, dan tingkat kenyamanan fasilitas di pesawat. Sementara beberapa pelanggan mungkin puas dengan tarif tiket yang terjangkau, yang lain mungkin merasa kurang puas dengan aspek lain seperti pelayanan atau kondisi pesawat.
2. Lion Air terkenal dengan harga tiketnya yang murah, tetapi sering kali ada kompromi antara harga dan kualitas layanan. Walaupun tarif yang kompetitif menarik bagi banyak penumpang, beberapa mungkin merasa bahwa layanan yang mereka terima tidak sebanding dengan harga yang dibayar, terutama jika ada masalah seperti keterlambatan atau pelayanan yang kurang memadai.
3. Kualitas fasilitas dan kenyamanan di dalam pesawat merupakan aspek penting dari layanan. Banyak penumpang melaporkan bahwa meskipun harga tiket Lion Air terjangkau, fasilitas seperti kursi dan ruang kaki yang terbatas dapat mempengaruhi kenyamanan perjalanan mereka, yang pada gilirannya

memengaruhi penilaian mereka terhadap kualitas layanan secara keseluruhan.

4. Kualitas pelayanan pelanggan dan kemampuan maskapai dalam menyelesaikan masalah juga mempengaruhi penilaian terhadap layanan. Beberapa penumpang mungkin menghadapi kendala dalam penanganan keluhan atau situasi darurat, dan pengalaman mereka dalam aspek ini dapat mempengaruhi tingkat kepuasan serta loyalitas mereka terhadap Lion Air.

b. Saran,

Berdasarkan kesimpula-kesimpulan di atas, beberapa saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut :

1. Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, penting untuk memperbaiki ketepatan waktu penerbangan dengan mengoptimalkan jadwal dan manajemen operasional. Investasi dalam sistem manajemen lalu lintas udara dan perawatan pesawat yang lebih canggih dapat mengurangi keterlambatan dan meningkatkan keandalan jadwal penerbangan.
2. Melakukan pelatihan dan pengembangan untuk staf layanan pelanggan sangat penting guna meningkatkan keterampilan komunikasi dan pelayanan mereka. Staf yang lebih terlatih akan mampu memberikan pengalaman yang lebih profesional dan positif, serta menangani keluhan dan masalah dengan lebih efektif.
3. Mengalokasikan dana untuk meningkatkan fasilitas di pesawat, seperti kursi yang lebih nyaman dan ruang kaki yang lebih luas, akan meningkatkan kenyamanan penumpang. Menambahkan fasilitas seperti hiburan di pesawat atau layanan makanan yang lebih baik juga dapat memperbaiki pengalaman perjalanan.
4. Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, penting untuk memperbaiki sistem penanganan keluhan dengan memastikan proses yang transparan dan responsif.



Menyediakan saluran komunikasi yang efektif bagi penumpang untuk melaporkan masalah atau memberikan umpan balik, serta mempercepat penyelesaian masalah, dapat membantu membangun loyalitas dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Andi Junianto Nurdin (2022) *Analisa tingkat kepuasan pengguna pesawat Lion Air ute Lombok-Yogyakarta*, Universitas Muhammadiyah Mataram
- [2] A. Parasuraman, Valerie A. Zeithaml. Leonard Berry. 2011. A Conceptual Model Of Service Quality And Its Implication For Future Research. Journal Of Marketing, Volume 49.
- [3] Achmad, R. (2004). Kimia Lingkungan. Andi. Yogyakarta.
- [4] Anggit Sadewa Ravitaningsun (2018) *Analisis kualitas pelayanan pada maskapai penerbangan Lion Air di Yogyakarta*.
- [5] Andi Junianto Nurdin (2022) *Analisa tingkat kepuasan pengguna pesawat Lion Air rute Lombok-Yogyakarta*, Universitas Muhammadiyah Mataram
- [6] Bambang Riyanto, 2014, Dasar-Dasar Pembelian Perusahaan, Edisi. Keempat, Cetakan Ketujuh, BPFE Yogyakarta.
- [7] Tjiptono Fandy, & Chandra, G. (2006). Manajemen Pelayanan Jasa. Yogyakarta Yogyakarta: ANDI
- [8] Edy Haryanto (2013), *Kualitas layanan, fasilitas dan harga pengaruhnya terhadap kepuasan pengguna jasa layanan pada kantor Samsat Manado*. Fakultas
- [9] Ekonomi dan Bisnis, program Pasca Sarjana, Magister Manajemen Universitas Sam Ratulangi, Manado.
- [10] Ervianto (2002), *Pengertian persepsi, penyedia jasa, dan pengguna jasa*, oleh Anggraena 2006
- [11] Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra. 2012. Service, Quality Satisfaction. Jogjakarta: Andi Offset.
- [12] Hafizhul khair, Anita silvianita SE,MSM. (2016) *Analisis kualitas pelayanan atas kepuasan pelanggan pengguna jasa penerbangan Lion Air (Studi pada mahasiswa universitas telkom*.
- [13] Husein Umar. 2019. Metode Riset Manajemen Perusahaan. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- [14] Kasmir. 2019. Analisis Laporan Keuangan. Edisi Pertama. Cetakan Keduabelas. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta
- [15] Kotler, Philip dan Gary Armstrong.(2019). Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi13.
- [16] Lewis R.C., and Booms B.H. 2007. Marketing Aspects in Quality and Product Differentiation. Jurnal of Marketing, Vol 15, pp.
- [17] Lewis, R. C. and B. H. Booms. (1983). "The Marketing Aspects of Service Quality."
- [18] In Emerging Perspectives in Services Marketing. Eds. L. L. Berry, G. L. Shostack, and G. Upah. Chicago: American Marketing Association
- [19] M Hanis Sadiqin, Trisha Gilang Saraswati. *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap Kepuasan pelanggan pada Maskapai Lion Air*.
- [20] Permana (2012) melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen dalam Menggunakan Jasa Penerbangan Garuda Indonesia Airlines"
- [21] Sari, et al., (2014) melakukan penelitian dengan judul "Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Dilihat dari Dimensi Kualitas Pelayanan dan Harga PT. Garuda Indonesia Airlines (Persero), Tbk Kantor Cabang Semarang"
- [22] Siti Syahsudarmi (1 Juni 2018),



*Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Laya
Terhadap Kepuasan Pelanggan Kedai
Kopi Bengkalis di Pekanbaru,
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Riau*

- [24] Sugiyono, (2008), *Metode Penelitian
Kuantitatif Kualitatif dan R&D.*
Bandung, Alfabeta



HALAMAN INI SENGAJA DI KOSONGKAN