

ABSTRAK

Lion Air merupakan salah satu maskapai penerbangan terbesar yang berasal dari Indonesia. Lion Air dikenal sebagai maskapai penerbangan dengan konsep LCC. Dalam menjalankan konsep LCC, Lion Air tetap setia memberikan kualitas layanan yang baik bagi konsumen, sehingga konsumen dapat merasa terpuaskan dengan memakai jasa Lion Air. Adapun kualitas layanan yang diberikan meliputi, bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati. Dengan adanya kualitas layanan yang maksimal yang diberikan kepada konsumen, maka akan semakin baik untuk *brand image* Lion Air pula. *Brand Image* Lion Air akan semakin dipercayai ketika konsumen menggunakan maskapai penerbangan tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh kualitas layanan terhadap *brand image* Lion Air. Penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dengan melibatkan 150 responden yang menjawab pertanyaan-pertanyaan kuesioner yang diberikan oleh peneliti. Lalu dilanjutkan dengan menganalisis dengan menggunakan metode regresi berganda agar mendapatkan hasil dari tiap variabel yang diteliti. Pada penelitian tentang pengaruh kualitas layanan terhadap *brand image* ini, didapat hasil bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh terhadap variabel *brand image*. Dengan hasil yang menunjukkan bahwa pengaruh kualitas layanan terhadap *brand image* sebesar 16.9% sedangkan sisanya sebesar 83,1% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar kualitas layanan.

Kata-kata kunci : Kualitas layanan, *brand image*.

ABSTRACT

Lion Air is one of the biggest airlines from Indonesia. Lion Air is known as the airline with LCC concept. While doing the LCC concept, Lion Air still give the best service quality for the consumers. So that the consumers would feel satisfied from using Lion Air. The service that will be given are tangible, reliability, responsiveness, assurance, and empathy. Therefore, with the best service quality that Lion Air gives, will make the brand image of the Lion Air itself become better. The brand image of the Lion Air will be more trusted if this airline is widely used by most people. This research is aimed to know if the service quality effects the brand image of Lion Air itself. This research used the purposive sampling method which involved 150 responders who had answered the questions that are given by the researcher. Then continued with analyzing by multiple regression method in order to get the result from each variable which is being researched. Finally, the result proved that the service quality does effect the Lion Air's brand image. From the result, it can be seen that 16,9 percent are from the service quality which effected the Lion Air's brand image. While another 83,1 percents are from another factor.

Key words : Service quality, brand image.

DAFTAR ISI

| | |
|---|-----------|
| HALAMAN JUDUL..... | i |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | ii |
| SURAT PERNYATAAN KEASLIAAN SKRIPSI..... | iii |
| SURAT PERNYATAAN MENGADAKAAN PENELITIAN TIDAK MENGGUNAKAN PERUSAHAAN | iv |
| KATA PENGANTAR | v |
| ABSTRAK | vi |
| ABSTRACT | vii |
| DAFTAR ISI..... | viii |
| DAFTAR TABEL..... | x |
| DAFTAR GAMBAR | xi |
| DAFTAR GRAFIK..... | xii |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1. Latar Belakang | 1 |
| 1.2. Identifikasi Masalah..... | 8 |
| 1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian..... | 9 |
| 1.4. Kegunaan Penelitian | 9 |
| BAB II LANDASAN TEORI | 11 |
| 2.1 Kajian Pustaka..... | 11 |
| 2.1.1 Pemasaran | 11 |
| 2.1.2 Bauran Pemasaran..... | 11 |
| 2.1.3 Produk | 13 |
| 2.1.4 Jasa | 15 |
| 2.1.4.1 Karakteristik Jasa..... | 15 |
| 2.1.4.2 Kepuasan Pelanggan | 16 |
| 2.1.4.3 Kualitas Layanan | 17 |
| 2.1.5 Barang/Produk | 20 |
| 2.1.6 Merek/ <i>Brand</i> | 21 |
| 2.1.6.1 <i>Brand Awariness</i> | 22 |
| 2.1.6.2 <i>Brand Image</i> | 22 |
| 2.1.6.3 <i>Brand Loyalty</i> | 24 |
| 2.2 Model Penelitian | 24 |
| 2.3 Kerangka Teoritis..... | 26 |

| | |
|---|-----------|
| 2.4 Kerangka Pemikiran..... | 27 |
| 2.5 Penelitian Terdahulu | 28 |
| 2.6 Hipotesis..... | 30 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 31 |
| 3.1 Jenis Penelitian..... | 31 |
| 3.2 Populasi dan Sampel | 31 |
| 3.2.1 Populasi..... | 31 |
| 3.2.2 Sampel..... | 32 |
| 3.3 Teknik Pengambilan Sampel | 32 |
| 3.4 Teknik Pengumpulan Data..... | 33 |
| 3.5 Defenisi Operasional Variabel (DOV)..... | 34 |
| 3.6 Metode Analisis Data..... | 37 |
| 3.6.1 Uji Validitas | 37 |
| 3.6.2 Uji Reliabilitas | 38 |
| 3.7 Uji Asumsi Klasik..... | 38 |
| 3.7.1 Uji Normalitas..... | 38 |
| 3.7.2 Uji Multikolineritas..... | 39 |
| 3.7.3 Uji Outlier | 39 |
| 3.7.4 Uji Heteroskedastisitas..... | 39 |
| 3.7.5 Analisis Regresi Berganda | 40 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN..... | 41 |
| 4.1 Karakteristik Responden | 41 |
| 4.2 Hasil Tanggapan Responden..... | 43 |
| 4.2.1 Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Layanan | 43 |
| 4.2.1.1 Peralatan Lion Air yang Menggunakan Teknologi yang Muktahir | 43 |
| 4.2.1.2 Karyawan Lion Air yang Profesional Berpenampilan Rapi dan Menarik..... | 44 |
| 4.2.1.3 Pesawat Lion Air Memiliki Fasilitas yang Menarik..... | 45 |
| 4.2.1.4 Karyawan Lion Air Memberikan Sambutan yang Baik pada Penumpang | 46 |
| 4.2.1.5 Waktu Pelayanan Lion Air Sesuai dengan Jadwal yang Diinformasikan..... | 47 |
| 4.2.1.6 Karyawan Lion Air Bersifat Simpatik dalam Menghadapi Penumpang | 48 |
| 4.2.1.7 Pelayanan Lion Air yang Diberikan Dapat Diterima dengan Baik..... | 49 |
| 4.2.1.8 PT. Lion Air Menyimpan Data yang Akurat dan Benar | 50 |
| 4.2.1.9 PT. Lion Air Memberikan Layanan yang Cepat dan Ramah | 51 |
| 4.2.1.10 Karyawan Lion Air Mau Membantu Masalah yang Dihadapi Penumpang..... | 52 |
| 4.2.1.11 Karyawan Lion Air Siap Setiap Saat untuk Melayani Penumpang | 53 |
| 4.2.1.12 Karyawan Lion Air Mampu Memberikan Kepercayaan kepada Penumpang | 54 |

| | |
|--|-----------|
| 4.2.1.13 Penumpang Merasa Aman Selama Menggunakan Jasa Penerbangan Lion Air..... | 55 |
| 4.2.1.14 Karyawan Lion Air Bersikap Sopan Kepada Penumpang | 56 |
| 4.2.1.15 Karyawan Lion Air Memiliki Pengetahuan yang Cukup..... | 57 |
| 4.2.1.16 Karyawan Lion Air Memahami dan Memperhatikan Kepentingan Penumpang..... | 58 |
| 4.2.1.17 Karyawan Lion Air Tanggap Terhadap Kepentingan Penumpang | 59 |
| 4.2.1.18 Karyawan Lion Air Siap Merespon Permintaan Penumpang.. | 60 |
| 4.2.1.19 Karyawan Lion Air Sabar dan Penuh Pengertian Dalam Menangani Penumpang | 61 |
| 4.2.1.20 Karyawan Lion Air Memberikan Tempat yang Nyaman, Aman dan Representatif | 62 |
| 4.2.2 Tanggapan Responden Mengenai <i>Brand Image</i> | 63 |
| 4.2.2.1 Lion Air adalah Maskapai Penerbangan yang Ekonomis..... | 63 |
| 4.2.2.2 Tiket Lion Air Dapat Dipesan/Dicari dengan Sangat Mudah | 64 |
| 4.2.2.3 Merek Lion Air Sudah Terkenal di Kalangan Konsumen..... | 65 |
| 4.2.2.4 Harga Tiket yang Ditawarkan Lion Air Dapat Terjangkau..... | 66 |
| 4.2.2.5 Logo Lion Air dan <i>Tagline</i> “ <i>We make People Fly</i> ” Dapat dengan Mudah Diketahui dan Dimaknai | 67 |
| 4.3 Hasil Uji Validitas..... | 67 |
| 4.4 Hasil Uji Reliabilitas | 74 |
| 4.5 Uji Asumsi Klasik..... | 75 |
| 4.5.1 Hasil Pengujian Normalitas | 75 |
| 4.5.2 Hasil Uji Multikolonieritas | 77 |
| 4.5.3 Hasil Uji Outlier..... | 78 |
| 4.5.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas | 79 |
| 4.6 Hasil Uji Regresi Berganda..... | 80 |
| 4.7 Hasil dan Pembahasan..... | 82 |
| 4.8 Implikasi Manajerial | 83 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | 84 |
| 5.1 Kesimpulan | 84 |
| 5.2 Saran..... | 84 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 86 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel I Jumlah Peningkatan Penumpang Periode 2011-2013..... | 3 |
| Tabel II Daftar Jumlah Penumpang Domestik Maskapai Terbanyak Tahun 2012..... | 4 |
| Tabel III Penelitian Terdahulu | 28 |
| Tabel IV Defenisi Operasional Variabel..... | 34 |
| Tabel V Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 41 |
| Tabel VI Persentase Jumlah Responden Berdasarkan Karakteristik Usia..... | 42 |
| Tabel VII Peralatan Lion Air yang Menggunakan Teknologi yang Muktahir..... | 43 |
| Tabel VIII Karyawan Lion Air yang Profesional Berpenampilan Rapi dan Menarik | 44 |
| Tabel IX Pesawat Lion Air Memiliki Fasilitas yang Menarik..... | 45 |
| Tabel X Karyawan Lion Air Memberikan Sambutan yang Baik Pada Penumpang | 46 |
| Tabel XI Waktu Pelayanan Lion Air Sesuai dengan Jadwal yang Diinformasikan | 47 |
| Tabel XII Karyawan Lion Air Bersifat Simpatik dalam Menghadapi Penumpang | 48 |
| Tabel XIII Pelayanan Lion Air yang Diberikan Dapat Diterima dengan Baik..... | 49 |
| Tabel XIV PT. Lion Air Menyimpan Data yang Akurat dan Benar..... | 50 |
| Tabel XV PT. Lion Air Memberikan Layanan yang Cepat dan Ramah..... | 51 |
| Tabel XVI Karyawan Lion Air mau Membantu Masalah yang Dihadapi Penumpang..... | 52 |
| Tabel XVII Karyawan Lion Air Siap Setiap Saat untuk Melayani Penumpang..... | 53 |
| Tabel XVIII Karyawan Lion Air Mampu Memberikan Kepercayaan kepada Penumpang..... | 54 |
| Tabel XIX Penumpang Merasa Aman Selama Menggunakan Jasa Penerbangan Lion Air..... | 55 |
| Tabel XX Karyawan Lion Air Bersikap Sopan Kepada Penumpang | 56 |
| Tabel XXI Karyawan Lion Air Memiliki Pengetahuan yang Cukup | 57 |
| TABEL XXII Karyawan Lion Air Memahami dan Memperhatikan Kepentingan Penumpang..... | 58 |
| Tabel XXIII Karyawan Lion Air Tanggap Terhadap Kepentingan Penumpang | 59 |
| Tabel XXIV Karyawan Lion Air Siap Merespon Permintaan Penumpang | 60 |
| Tabel XXV Karyawan Lion Air Sabar dan Penuh Pengertian Dalam Menangani Penumpang..... | 61 |
| Tabel XXVI Karyawan Lion Air Memberikan Tempat yang Nyaman, Aman dan Representatif | 62 |
| Tabel XXVII Lion Air adalah Maskapai Penerbangan yang Ekonomis..... | 63 |
| Tabel XXVIII Tiket Lion Air Dapat Dipesan/Dicari dengan Sangat Mudah | 64 |
| Tabel XXIX Merek Lion Air Sudah Terkenal di Kalangan Konsumen | 65 |
| Tabel XXX Harga Tiket yang Ditawarkan Lion Air Dapat Terjangkau..... | 66 |
| Tabel XXXI Logo Lion Air dan <i>Tagline</i> “ <i>We make People Fly</i> ” Dapat dengan Mudah Diketahui dan Dimaknai | 67 |
| Tabel XXXII Hasil Uji Validitas Variabel <i>Tangible</i> | 68 |
| Tabel XXXIII Hasil Uji Validitas Variabel <i>Reliability</i> | 69 |
| Tabel XXXIV Hasil Uji Validitas Variabel <i>Responsiveness</i> | 70 |
| Tabel XXXV Hasil Uji Validitas Variabel <i>Assurance</i> | 70 |
| Tabel XXXVI Hasil Uji Validitas Variabel <i>Emphaty</i> | 71 |
| Tabel XXXVII Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Image</i> | 72 |
| Tabel XXXVIII Hasil Pengujian Validitas Akhir..... | 73 |

| | |
|--|----|
| Tabel XXXIX Hasil Uji Reliabilitas | 74 |
| Tabel XL Hasil Uji Multikolonieritas | 77 |
| Tabel XLI Hasil Uji Outlier | 78 |
| Tabel XLII Regresi Berganda | 80 |
| Tabel XLIII Hasil Uji Signifikasi Simultan | 80 |
| Tabel XLIV Hasil Uji Signifikasi Parameter Individual..... | 81 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|---|
| Pangsa pasar penumpang Angkutan Udara Domestik sepanjang 2013 | 5 |
|---|---|

DAFTAR GRAFIK

| | |
|-------------------------------------|----|
| Grafik I <i>Histogram</i> | 75 |
| Grafik II <i>Normal Plot</i> | 76 |
| Grafik III <i>Scatterplot</i> | 79 |