

PENGARUH PELAYANAN *CHECK IN KONVENSIONAL* DAN HARGA TIKET TERHADAP LOYALITAS PENUMPANG MASKAPAI CITILINK DI BANDAR UDARA INTERNASIONAL AHMAD YANI SEMARANG

¹Khasa Chintia Maylan, ²Yuniar Istiyani

^{1,2}Program Studi D-IV Manajemen Transportasi Udara, Sekolah Tinggi Teknologi Kedirgantaraan

Abstrak

Tujuan penelitian yaitu untuk mendapatkan informasi tentang pengaruh pelayanan check in konvensional dan harga tiket terhadap maskapai Citilink di Bandar Udara Internasional Ahmad Yani Semarang. Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada variabel pelayanan (X1) berpengaruh terhadap variabel loyalitas penumpang dilihat dari nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil dari variabel harga (X2) berpengaruh terhadap variabel loyalitas penumpang (Y) dilihat dari nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Berdasarkan hasil Uji F variabel X1 dan X2 secara simultan terhadap variabel Y menunjukkan bahwa nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa variabel pelayanan check in konvensional (X1) dan harga tiket (X2) berpengaruh positif dan simultan terhadap loyalitas penumpang (Y) maskapai citilink di bandar udara internasional ahmad yani semarang.

Kata Kunci : pelayanan, check-in, harga

Abstract

The purpose of the study was to obtain information about the effect of conventional check-in services and ticket prices on Citilink airlines at Ahmad Yani International Airport, Semarang. In this study using quantitative methods. The results showed that the service variable (X1) had an effect on the passenger loyalty variable, seen from the significant value of $0.000 < 0.05$. The results of the price variable (X2) affect the passenger loyalty variable (Y) seen from the significant value of $0.000 < 0.05$. Based on the results of the F test variables X1 and X2 simultaneously on the Y variable, it shows that the significant value is $0.000 < 0.05$. It can be concluded that the variables of conventional check-in service (X1) and ticket prices (X2) have a positive and simultaneous effect on passenger loyalty (Y) Citilink airline at Ahmad Yani International Airport, Semarang.

Keyword : service, check-in, price

Pendahuluan

Perkembangan jasa penerbangan yang semakin pesat dan terus meningkat yang dimana perusahaan dituntut untuk memiliki kreatifitas yang lebih bisa berkembang dan berkompetitif dalam mengolah sebuah usaha dan harus lebih memperhatikan kualitas pelayanan mereka berikan kepada penumpang, agar bisa menciptakan rasa kepuasan secara maksimal terhadap perusahaan penerbangan.

Harga sangat menentukan loyalitas penumpang dalam penggunaan suatu jasa penerbangan, besarnya biaya yang dikeluarkan oleh penumpang akan berkaitan dengan suatu pelayanan dan kenyamanan yang diberikan. Menurut Basu Swasta (2011) Harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya.

Check-in termasuk salah satu jenis pelayanan yang diberikan maskapai kepada penumpang. Sistem check in konvensional merupakan suatu check in secara manual yang dibantu oleh karyawan maskapai tersebut, sistem check in konvensional ini biasanya digunakan oleh orang-orang yang belum mengenal sistem check in online atau self check in.

Tinjauan Pustaka

¹Email Address : 180809367@students.sttkd.ac.id

Received 4 Juli 2023, Available Online 01 Desember 2023

Maskapai Citilink

Maskapai Citilink merupakan anak dari perusahaan Garuda Indonesia, perusahaan Citilink berdiri pada tahun 2001 sebagai Unit Bisnis Strategis (SBU) dan perusahaan ini di fungsikan sebagai salah satu alternatif penerbangan dengan biaya yang bertarif rendah di Indonesia. Maskapai Citilink juga mampu bersaing harga dengan perusahaan – perusahaan yang tergabung di dalam suatu industri penerbangan dengan harga yang cukup murah yang ada di Indonesia Saat ini (Sunyoto 2012).

Visi Maskapai Citilink yaitu menjadi maskapai penerbangan yang bertarif LCC (*low cost carrier*) kelas dunia dengan *profitabilitas* yang berkelanjutan dan perusahaan yang paling dikagumi di Indonesia, dengan misi yaitu bisa meningkatkan kualitas dari kehidupan masyarakat dengan menyediakan transportasi udara bebas gangguan yang bisa memiliki *reabilitas* tinggi dan *standard* keamanan Internasional melalui sentuhan keramah tamahan di Indonesia. Sebagai bukti dari keberhasilan didalam komitmen meningkatkan pelayanan kepada penumpang, Citilink telah meraih beberapa penghargaan seperti penghargaan Top IT *Implementation airlines sector* dari Kementerian Komunikasi dan Informatika ditahun 2017, penghargaan *Transportation Safety Management Award* dari Kementerian Perhubungan di tahun 2017, akreditasi bintang empat dari badan pemeringkat industri aviasi dunia, SKYTRAX selama dua tahun berturut – turut dari tahun 2018.

Pelayanan

Pelayanan secara umum adalah setiap kegiatan yang ditujukan untuk memberikan suatu kepuasan kepada para penumpang melalui proses pelayanan ini keinginan dan kebutuhan penumpang dapat terpenuhi. Pelayanan adalah sebagai usaha melayani kebutuhan orang lain. Kualitas pelayanan merupakan point utama dalam jasa penerbangan, jika pelayanan yang diberikan secara maksimal tentu saja akan bisa mempengaruhi suatu loyalitas seorang penumpang. Pelayanan juga merupakan suatu kegiatan yang diselenggarakan oleh organisasi yang menyangkut sebuah kebutuhan pihak penumpang dan akan menimbulkan kesan tersendiri, dengan adanya pelayanan yang baik, maka penumpang akan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan Menurut Moenir (2015). Dengan demikia pelayanan merupakan hal yang sangat penting dalam upaya menarik penumpang untuk menggunakan produk atau suatu jasa yang ditawarkan.

Harga Tiket

Harga adalah jumlah uang yang harus dibayar penumpang untuk produk itu Menurut Philip Kotler (2012). Harga merupakan senilai uang yang harus dibayarkan penumpang kepada penjual untuk mendapatkan barang atau jasa yang ingin membelinya. Oleh sebab itu, harga pada umumnya ditentukan oleh penjual, akan tetapi dalam seni jual beli penumpang dapat mnawar dengan harga tersebut bila sudah mencapai kesepakatan antara pembeli dan penjual berulah terjadinya suatu transaksi, namun tawar – menawar tidak bisa dilakukan di semua lini pemasaran.

Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa harga sangat menentukan loyalitas penumpang dalam penggunaan jasa penerbangan ini, karena besarnya biaya yang dikeluarkan oleh penumpang berkaitan dengan pelayanan dan kenyamanan yang diberikan.

Loyalitas

Menurut Tjiptono (2014) Loyalitas adalah sebuah komitmen penumpang terhadap suatu merek, toko, atau pemasok, berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten. Loyalitas telah diakui sebagai faktor dominan yang mempengaruhi keberhasilan bisnis saat ini, karena loyalitas penumpang telah menjadi tujuan strategis yang paling penting dari perusahaan.

Berdasarkan uraian diatas, dapat disimpulkan karakteristik dari loyalitas adalah melakukan pembelian secara teratur, membeli di luar lini produk atau jasa, merekomendasikan kepada orang lain, dan menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari para pesaing.

Penumpang

Berdasarkan Undang – undang Nomor 22 tahun 2009 Pasal 1 tentang lalu lintas dan angkutan umum penumpang di maksud penumpang adalah orang yang berada di kendaraan selain pengemudi dan awak kendaraan dengan mengikatkan diri setelah membayar uang atau tiket angkutan umum sebagai kontraprestasi dalam suatu perjanjian pengangkutan, dengan demikian maka seseorang telah sah sebagai penumpang angkutan umum penumpang merupakan transportasi darat, laut, maupun udara untuk melakukan perjalanan tertentu lal emebayar sejumlah uang sebagai imbalan atas jasa pengangkutan (Damadjati, 2016).

Check In Convensional

Check in merupakan suatu proses konformasi yang dilakukan oleh calon penumpang kepada awak pesawat sesaat sebelum ikut di dalam suatu penerbangan. *Check in* sendiri saat ini memiliki dua metode yang umum, yaitu metode *konvensioanal* dengan cara mendaftarkan langsung kepada petugas maskapai atau via mesin *check in* nantinya di bandara, atau melakukan *check in* secara *online*. Pengguna *check in konvensional* lebih banyak dibandingkan dengan pengguna *self check in*. Seperti yang dijelaskan sebagai penumpang awam akan lebih memilih *check in* di konter *check in (check in konvensional)* dibandingkan di mesin *check in (self check in)*.

Bandar Udara

Definisi bandar udara menurut PT (persero) Angkasa Pura adalah lapangan udara termasuk semua peralatan yang merupakan kelengkapan minimal untuk menjamin tersediannya fasilitas bagi agkutan udara untuk masyarakat. Jadi bandar udara adalah salah satu fasilitas pokok dari transportasi udara. Sebagai tempat pesawat udara mendarat dan lepas landas, dan telah dilengkapi dengan berbagai fasilitas keselamatan dan keamanan penerbangan.

Bandar Udara Internasional Ahmad Yani Semarang

Udara Internasional Ahmad Yani merupakan salah satu bandar udara di Jawa Tengah yang terletak di kota Semarang. Bandar udara ini dioperasikan oleh PT. Angkasa Pura I. Bandar udara internasional ahmad yani melayani rute penerbangan baik didalam negeri maupun diluar negeri. Peresmian menjadi bandar udara internasional berlangsung dalam penerbangan perdana Garuda Indonesia ke Singapura pada bulan Maret 2004. Salah satu perusahaan di Bandar Udara Internasional Ahmad Yani adalah PT. Gapura Angkasa sebagai lembaga pelayanan publik yang harus selalu memberikan pelayanan yang prima terhadap masyarakat, melalui pelayanan, fasilitas yang baik dan memberikan kenyamanan bagi penumoang. Sehingga para karyawan harus mempunyai kinerja yang baik dalam melayani penumpang agar penumpang merasa puas dengan pelayanan yang telah diberikan.

Hasil dan Pembahasan

regresi linier berganda yaitu untuk menguji lebih dari satu variabel bebas terhadap satu variabel terikat. Analisis regresi linier berganda dapat digunakan untuk mengetahui bagaimana besarnya pengaruh secara simultan dua variabel bebas (variabel independen X) atau lebih yang terdiri dari X1 pelayanan *check in konvensional* dan X2 harga tiket dengan variabel terikat (variabel dependen Y), yaitu loyalitas penumpang. Hasil dari pengujian regresi linier berganda sebagai berikut:

Tabel 1. Uji Regresi Linier Berganda

Model		Coefficients ^a		Standardized	t	Sig.
		Unstandardized Coefficients	Std. Error	Coefficients		
	B			Beta		
1	(Constant)	5,355	2,552		2,099	,037
	total_x1	,475	,072	,428	6,615	,000
	total_x2	,396	,067	,379	5,865	,000

a. Dependent Variable: total_y

Koefisien regresi linier berganda variabel X1 (Pelayanan *Check in konvensional*) sebesar 0,475 dan X2 (Harga tiket) sebesar 0,396 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% atau kenaikan satuan variabel X1 dan X2 (0,475 + 0,396) akan menyebabkan kenaikan pada loyalitas penumpang yang telah menggunakan jasa penerbangan maskapai Citilink di Bandar Udara Internasional Ahmad Yani Semarang yaitu 0,871. Koefisien yang bernilai positif antara pelayanan *check in konvensional* (X1) dan harga tiket (X2) dengan loyalitas penumpang (Y) semakin naik, maka nilai dari pelayanan *check in konvensional* dan harga tiket semakin berpengaruh terhadap loyalitas penumpang dan sebaliknya jika kedua variabel independen mengalami pengurangan 1, maka variabel dependen loyalitas penumpang (Y) akan mengalami penurunan sebesar -0,871.

Uji T dapat dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya suatu pengaruh antara variabel pelayanan *check in konvensional* (X1) dan variabel harga tiket (X2) dengan variabel loyalitas penumpang (Y).

Tabel 2. Uji T

Model		Coefficients ^a		Standardized	t	Sig.
		Unstandardized Coefficients	Std. Error	Coefficients		
	B			Beta		
1	(Constant)	5,355	2,552		2,099	,037
	total_x1	,475	,072	,428	6,615	,000
	total_x2	,396	,067	,379	5,865	,000

a. Dependent Variable: total_y

Dari hasil uji T pada tabel 4.6 menggunakan perangkat lunak (Software) SPSS (*Statistical Product And Service Solution*) 26.0, dapat diketahui bahwa nilai dari $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $6,615 > 1,974$ dan nilai signifikansi pada variabel pelayanan *check in konvensional* (X1) sebesar $0,000 < 0,05$ dari nilai tersebut menunjukkan bahwa ada pengaruh pelayanan *check in konvensional* terhadap loyalitas penumpang di Bandar Udara Internasional Ahmad Yani Semarang.

Pada variabel harga tiket (X2) nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $5,865 > 1,974$ dan nilai dari signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Dari nilai tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh harga tiket terhadap loyalitas penumpang di Bandar Udara Internasional Ahmad Yani Semarang.

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen (variabel bebas) terhadap variabel dependen (variabel terikat) secara simultan atau bersama-sama.

Tabel 3. Uji F

Model	ANOVA ^a				
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.

1	Regression	1280,461	2	640,230	84,500	,000 ^b
	Residual	1272,885	168	7,577		
	Total	2553,345	170			

a. Dependent Variable: Loyalitas Penumpang (Y)

b. Predictors: (Constant), Harga Tiket (X2), Pelayanan Check In Konvensioanal (X1)

Berdasarkan tabel di atas uji F yang menggunakan perangkat lunak (Software) SPSS (*Statistical Product And Service Solution*) 26.0, diketahui bahwa Sig. 0,000 < 0,05 atau nilai F_{hitung} 84,500 > F_{tabel} 3,049. Artinya terdapat pengaruh pelayanan check in konvensional dan harga tiket secara simultan terhadap loyalitas penumpang di Bandar Udara Internasional Ahmad Yani Semarang.

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui jumlah persentase besarnya pengaruh variabel independen (variabel bebas) terhadap variabel dependen (variabel terikat).

Tabel 4. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,708 ^a	,501	,496	2,753

a. Predictors: (Constant), Harga Tiket (X2), Pelayanan Check In Konvensioanal (X1)

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan nilai koefisien determinasi R square sebesar 0,501. Artinya, proposi pada pengaruh variabel pelayanan *check in konvensional* (X1) dan harga tiket (X2) terhadap Loyalitas penumpang (Y) sebesar 50,1% sedangkan sisanya sebesar 49,9% yang dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak dimasukkan ke dalam penelitian ini.

Kesimpulan

Dalam hasil penelitian ini dapat menunjukkan bahwa maskapai Citilink memiliki strategi pelayanan guna untuk meningkatkan suatu loyalitas penumpang dengan menggunakan beberapa faktor-faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas penumpang, yaitu dengan menerapkan kualitas pelayanan, nilai atau harga, citra dari sebuah perusahaan, kenyamanan dan kemudahan, kepuasan yang dirasakan oleh penumpang, garansi dan jaminan.

Maskapai Citilink juga memiliki strategi dengan menekankan biaya yang dikeluarkan, dan memberikan potongan-potongan harga serta promo-promo dihari spesial kepada penumpang, dengan melakukan penjualan tiket yang murah dengan memperlihatkan mutu pelayanan yang diberikan salah satunya ketepatan waktu penerbangan, menyediakan fasilitas aman dan nyaman, dan memberikan harga tiket dengan berbagai promosi, serta memiliki karyawan yang profesional agar dapat memberikan pelayanan *check in konvensional* dan harga tiket yang terbaik bagi penumpang.

Berdasarkan hasil pengujian terdapat pengaruh signifikan pada variabel pelayanan *check in konvensional* dan harga tiket terhadap loyalitas penumpang. Hal ini dapat ditunjukkan dengan hasil yang signifikan (*sig*) sebesar 0,000 < 0,05 dan nilai t_{hitung} > t_{tabel} sebesar 5,865 > 1,974, maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji T dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya terdapat pengaruh antara variabel X1 dan X2 terhadap variabel Y atau dengan kata lain pelayanan *check in konvensional* dan harga tiket berpengaruh terhadap loyalitas penumpang pengguna jasa penerbangan maskapai Citilink di bandar udara internasional ahmad yani semarang.

Berdasarkan hasil uji Koefisien Determinasi dengan menggunakan perangkat lunak (Software) SPSS (*Statistical Product And Service Solution*) 26.0, maka pengaruh positif dan signifikan pada variabel pelayanan *check in konvensional* dan harga tiket terhadap loyalitas penumpang.

Daftra Pustaka

- Asisi, Fransiskus (2016) *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Tarif Terhadap Citra Maskapai Serta Dampaknya Pada Loyalitas Penumpang Maskapai Penerbangan Bertarifrendah Citilink Indonesia*. S1 Thesis, Universitas Negeri Jakarta.
- Azmarani, Adinda Wahyu. (2014). "*Analisis Kualitas Pelayanan Maskapai Penerbangan Low Cost Carrier*. Studi Deskriptif Di PT. Citilink Indonesia Cabang Surabaya. Sumber 10: 6-49.
- Erlangga, Angga. 2016. Tingkat Pelayanan Counter Check-in Lion Air di Bandara Internasional Husein Sastranegara Kota Bandung menggunakan metode antrian.<http://jurnalonline.itenas.ac.id/index.php/rekaracana/article/viewFile/991/1222> (diakses pada tanggal 16 Agustus 2021)
- Citilink.co.id (2009, Jan 06). Profil Sekilas tentang Citilink. Diakses dari <https://www.citilink.co.id/company-profile>
- Danang, Sunyoto. (2012) *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. Buku Seru. http://repository.upi.edu/17628/4/S_MBS_1001311_Bibliography
- Dharmmesta, Basu Swastha. 2011. *Materi Pokok Manajemen Pemasaran*, Edisi Kedua Cetakan Pertama. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Fatihudin, Didin. (2019). *Pemasaran Jasa: Strategi Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*, Yogyakarta: Budi Utama.