

**PENGARUH HARGA, CITRA PERUSAHAAN DAN KUALITAS LAYANAN  
TERHADAP LOYALITAS PENUMPANG  
PESAWAT PT. SRIWIJAYA AIR INDONESIA  
(Studi Kasus Penumpang Luwuk-Makassar)**

**Labandingi Latoki**

**email: bandingiandi@Yahoo.com**

**Abstrak**

Penelitian ini dapat mengungkapkan pengaruh harga, citra perusahaan dan kualitas layanan terhadap loyalitas penumpang pesawat PT Sriwijaya Air Indonesia (Studi kasus penumpang Luwuk-Makassar). Metode yang digunakan peneliti bersifat analisis deskriptif dan survey verifikatif dengan alat bantu koesioner terhadap 96 responden. Hasil penelitian ini membuktikan Multiple atau koefisien korelasi (R) adalah hubungan antara antara ketiga variabel bebas harga, citra perusahaan dan kualitas layanan terhadap loyalitas penumpang pesawat PT Sriwijaya Air Indonesia (studi kasus penumpang Luwuk-Makassar) sebesar 0,702 artinya hubungan variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen) adalah kuat. Hasil penelitian ini menunjukkan harga, citra perusahaan dan kualitas layanan berpengaruh simultan dan parsial terhadap loyalitas penumpang pesawat PT Sriwijaya Air Indonesia (studi kasus penumpang Luwuk-Makassar).

**LATAR BELAKANG**

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan oleh peneliti bahwa faktor harga bagi konsumen PT Sriwijaya Air Indonesia masih menjadi persoalan karena harga yang ditawarkan perusahaan masih sering tidak stabil bahkan jika pada hari-hari besar keagamaan harga tiket masih sering terjadi kenaikan bahkan harga cenderung melebihi dari harga normalnya. Hal ini tentunya menjadi keluhan konsumen bahkan masih menjadi permasalahan yang terus dibahas oleh setiap konsumen yang menggunakan jasa PT Sriwijaya Air Indonesia. Jika harga yang ditawarkan perusahaan cenderung tinggi bahkan melebihi batas normal tentunya akan mempengaruhi loyalitas konsumen oleh karena itu pihak perusahaan harus memperhatikan persoalan harga tiket yang masih menjadi keluhan masyarakat.

PT Sriwijaya Air Indonesia yang menawarkan harga tiket yang relatif lebih murah dibandingkan pesaingnya seperti Garuda Indonesia dengan komitmen memberikan pelayanan yang lebih baik, tetapi kenyataannya masih ada keluhan-keluhan dari pelanggannya. Keluhan pelanggan merupakan indikator dari ketidakpuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan perusahaan yang mengakibatkan konsumen tidak loyal untuk menggunakan jasa perusahaan. Keluhan-keluhan tersebut apabila selalu terjadi terus menerus tanpa memberikan

solusi yang tepat bagi pelanggannya, maka bukan tidak mungkin pelanggan yang tidak puas akan beralih pada perusahaan lainnya. Beralihnya pelanggan ke perusahaan pesaing merupakan indikator bahwa pelanggan tidak memiliki loyalitas terhadap perusahaan yang akan menyebabkan kerugian di masa yang akan datang.

Faktor lain yang dapat menciptakan loyalitas konsumen yaitu citra perusahaan. Untuk menciptakan citra perusahaan yang baik PT Sriwijaya Air Indonesia harus memperbaiki sistem penerbangan karena ketidaktepatan jadwal penerbangan merupakan penyebab turunnya loyalitas pelanggan PT Sriwijaya Air Indonesia. Keterlambatan dan pembatalan penerbangan PT Sriwijaya Air Indonesia di sejumlah bandara di Indonesia untuk penerbangan domestik. Ketidaktepatan jadwal penerbangan tidak saja diakibatkan oleh faktor eksternal seperti pengaruh cuaca, alam serta pengaruh fasilitas bandara tetapi juga diakibatkan oleh pengaruh internal seperti kerusakan teknis pesawat, keterlambatan kru pesawat dan kerusakan sistem operasional. Tentu saja pengaruh internal tersebut harus segera ditanggapi serius oleh pihak PT Sriwijaya Air Indonesia untuk dapat memberikan solusi yang tepat dalam mempertahankan kualitas pelayanannya. Pelayanan yang tidak sesuai dengan janji PT Sriwijaya Air Indonesia akan mempengaruhi

citra PT Sriwijaya Air Indonesia di masa yang akan datang sehingga PT Sriwijaya Air Indonesia harus memperbaiki diri untuk mendapatkan loyalitas pelanggannya. Ditengah upayanya melakukan berbagai perbaikan yang dikenal sebagai restrukturisasi perusahaan, dimana secara makro tujuan yang ingin dicapai adalah membangun kembali citra PT Sriwijaya Air Indonesia menjadi perusahaan yang kini lebih baik dan diterima oleh masyarakat pengguna jasa.

Penelitian ini dilakukan pada pesawat PT Sriwijaya Air Indonesia untuk penumpang Luwuk-Makassar. Alasan pemilihan penerbangan jurusan Luwuk-Makassar sebab penerbangan PT Sriwijaya Air Indonesia sebab kebanyakan penumpang yang melakukan penerbangan rute Luwuk-Makassar memang ingin melakukan penerbangan seperti mengunjungi keluarga, perjalanan wisata, studi dan lainnya. Jadi untuk mengukur loyalitas penumpang diperlukan penumpang yang benar-benar ingin melakukan perjalanan sehingga peneliti memiliki rute Luwuk-Makassar.

Berdasarkan latarbelakang di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Harga, Citra Perusahaan dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Penumpang Pesawat PT Sriwijaya Air Indonesia (Studi Kasus Penumpang Luwuk- Makassar)”.

#### **Hubungan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan**

Kotler dan Keller (2009) Harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan; elemen lain menghasilkan biaya. Harga juga mengkomunikasikan positioning nilai yang dimaksudkan dari produk atau merk perusahaan ke pasar. Produk atau jasa yang dirancang dan dipasarkan dengan baik dapat dijual dengan harga tinggi dan menghasilkan laba yang besar. Harga sangat menentukan loyalitas konsumen, karena besarnya harga yang ditetapkan berkaitan dengan tingkat pendapatan yang dimiliki oleh konsumen.

#### **Hubungan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan**

Menurut Gregory (2011), citra perusahaan merupakan kombinasi dampak terhadap observer dari semua komponen-komponen verbal maupun visual perusahaan baik yang direncanakan ataupun tidak atau dari pengaruh eksternal lainnya. Dalam penelitian Wijaya (2008), citra perusahaan secara signifikan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen Natasha Skin Care. Pentingnya dalam membangun citra sebuah perusahaan di mata konsumen, karena dengan citra yang baik dari konsumen akan mempengaruhi minat didalam membeli produk atau jasa yang ditawarkan. Semakin baik citra perusahaan maka akan mempengaruhi keinginan konsumen untuk melakukan pembelian ulang. Sebaliknya apabila citra perusahaan itu negatif akan mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian kembali atas produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan.

#### **Hubungan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan**

Untuk dapat menciptakan loyalitas konsumen, salah satunya dengan meningkatkan kualitas pelayanan. Hal tersebut sesuai dengan yang dikemukakan oleh Parasuraman, dkk. (1998) bahwa untuk menilai kualitas pelayanan, dapat diukur dengan 5 faktor, yaitu *tangible* (bukti fisik), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *emphaty* (empati). Kualitas pelayanan merupakan hal yang perlu diperhatikan. Jika jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, sehingga akan mempengaruhi tingkat loyalitas konsumen. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk sehingga akan berdampak pada menurunnya tingkat loyalitas konsumen. Hal ini sesuai pernyataan John J. Sviokla dalam Lupiyoadi (2006) bahwa salah satu faktor yang menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas perusahaan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen.

#### **METODE**

Jenis penelitian ini adalah penelitian analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara



**Tabel 1**  
**Hasil Pengujian Regresi Linear Berganda**

Faktor Terikat = Kinerja Pegawai (Y)			
Variabel	Standardize d Coefficient s (Beta)	t-hit	Sig.t
(Constant)	10.018	3.684	.000
Harga	.296	2.134	.035
Citra Perusahaan	.208	2.035	.045
Kualitas layanan	.274	2.118	.037
n = 96 Konstanta = 10.018 Koefesien Korelasi (R) = 0,702 R Square (R <sup>2</sup> ) = 0,492 F-Statistik = 29.723 Sig.F = 0,000			

Sumber: Lampiran

Dari hasil pengujian dengan menggunakan regresi linier berganda di atas, maka dapat disusun persamaan regresi berganda dari pengaruh harga, citra perusahaan dan kualitas layanan terhadap loyalitas penumpang pesawat Sriwijaya Air (studi kasus penumpang Luwuk-Makassar) yaitu:

$$Y = 10,018 + 0,296 X_1 + 0,208 X_2 + 0,274 X_3$$

Hasil pengujian di atas menunjukkan, di mana nilai konstanta 10,018 yang berarti bahwa loyalitas penumpang pesawat Sriwijaya Air (studi kasus penumpang Luwuk-Makassar) sebelum adanya variabel independen adalah sebesar 10,018.

Selanjutnya koefisien regresi variabel harga ( $X_1$ ) sebesar 0,296 memberikan arti terdapat pengaruh positif antara harga dengan loyalitas penumpang artinya jika persepsi harga semakin baik maka loyalitas penumpang akan semakin meningkat. Koefisien regresi variabel citra perusahaan ( $X_2$ ) dengan koefisien regresi sebesar 0,208 memberikan arti terdapat pengaruh positif antara citra perusahaan dengan loyalitas penumpang artinya memberikan arti jika citra perusahaan semakin baik maka loyalitas penumpang akan meningkat. Koefisien regresi variabel kualitas layanan ( $X_3$ ) dengan koefisien regresi sebesar 0,274 memberikan arti terdapat

pengaruh positif antara kualitas layanan dengan loyalitas penumpang artinya memberikan arti jika kualitas layanan semakin baik maka loyalitas penumpang akan meningkat.

Multiple atau koefisien korelasi (R) adalah hubungan antara ketiga variabel bebas harga, citra perusahaan dan kualitas layanan terhadap loyalitas penumpang pesawat Sriwijaya Air (studi kasus penumpang Luwuk-Makassar) sebesar 0,702 artinya hubungan variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen) adalah kuat. Menurut Sugiyono (2010) pada kategori 0,600 – 0,799 adalah kuat.

R Square atau koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) adalah melihat pengaruh antara variabel harga, citra perusahaan dan kualitas layanan terhadap loyalitas penumpang pesawat Sriwijaya Air (studi kasus penumpang Luwuk-Makassar) sebesar 0,492 atau 49,2% artinya pengaruh variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen) sebesar 49,2% sedangkan sisanya 50,8% adalah pengaruh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

#### **Pembuktian Hipotesis**

##### 1. Pembuktian Hipotesis Pertama

Hipotesis pertama yaitu pengaruh harga, citra perusahaan dan kualitas layanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas penumpang pesawat Sriwijaya Air (Studi Kasus Penumpang Luwuk-Makassar). Pembuktian hipotesis pertama menggunakan uji  $F_{sig}$ . Nilai signifikansi  $0,000 < \alpha 0,05$ . Maka terbukti ketiga variabel bebas yaitu harga, citra perusahaan dan kualitas layanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas penumpang pesawat Sriwijaya Air (Studi Kasus Penumpang Luwuk-Makassar). Hal ini menunjukkan hipotesis pertama dapat diterima.

##### 2. Pembuktian Hipotesis Kedua

Hipotesis kedua yaitu untuk mengetahui apakah variabel harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas penumpang

pesawat Sriwijaya Air (Studi Kasus Penumpang Luwuk-Makassar).

Tabel di atas terbukti besarnya probabilitas signifikansi variabel harga (X1) adalah  $0,035 < \alpha < 0,05$ . Dengan demikian bahwa secara statistik variabel harga dalam penelitian ini memberikan pengaruh signifikan terhadap loyalitas penumpang pesawat Sriwijaya Air (Studi Kasus Penumpang Luwuk-Makassar). Hal ini menunjukkan hipotesis kedua dapat diterima.

### 3. Pembuktian Hipotesis Ketiga

Hipotesis ketiga yaitu untuk mengetahui apakah variabel citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas penumpang pesawat Sriwijaya Air (Studi Kasus Penumpang Luwuk-Makassar).

Tabel di atas terbukti besarnya probabilitas signifikansi variabel citra perusahaan (X2) adalah  $0,045 < \alpha < 0,05$ . Dengan demikian bahwa secara statistik variabel citra perusahaan dalam penelitian ini memberikan pengaruh signifikan terhadap loyalitas penumpang pesawat Sriwijaya Air (Studi Kasus Penumpang Luwuk-Makassar). Hal ini menunjukkan hipotesis ketiga dapat diterima.

### 4. Pembuktian Hipotesis Keempat

Hipotesis keempat yaitu untuk mengetahui apakah variabel kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas penumpang pesawat Sriwijaya Air (Studi Kasus Penumpang Luwuk-Makassar).

Tabel di atas terbukti besarnya probabilitas signifikansi variabel kualitas layanan (X3) adalah  $0,037 < \alpha < 0,05$ . Dengan demikian bahwa secara statistik variabel kualitas layanan dalam penelitian ini memberikan pengaruh signifikan terhadap loyalitas penumpang pesawat Sriwijaya Air (Studi Kasus Penumpang Luwuk-Makassar). Hal

ini menunjukkan hipotesis keempat dapat diterima.

## Pembahasan

### Keterkaitan Harga, Citra Perusahaan dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Penumpang Pesawat Sriwijaya Air (Studi Kasus Penumpang Luwuk-Makassar)

Hasil penelitian membuktikan bahwa penelitian ini harga tiket pesawat Sriwijaya Air dapat mempengaruhi loyalitas penumpang hal ini disebabkan harga yang relatif mahal jika dibandingkan dengan maskapai penerbangan lainnya tidak menyurutkan keinginan pelanggan untuk tetap menggunakan jasa penerbangan dengan pesawat Sriwijaya Air karena harga yang tinggi sesuai dengan manfaat atau pelayanan yang diterima pelanggan pesawat Sriwijaya Air. Selain itu citra perusahaan dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan karena jika perusahaan sudah memiliki citra perusahaan yang baik tentunya penumpang akan merasa nyaman dan senang untuk menggunakan jasa tersebut. Kualitas layanan pada penelitian ini memiliki pengaruh terhadap loyalitas penumpang Sriwijaya Air jika perusahaan mampu memberikan pelayanan yang terbaik seperti tidak adanya keterlambatan penerbangan, layanan yang diterima pelanggan sesuai keinginan dan harapan pelanggan, penumpang mendapatkan layanan yang baik dari perusahaan tentunya beberapa hal tersebut akan menciptakan loyalitas pelanggan karena pelanggan merasa puas dan senang atas layanan yang diberikan perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga, citra perusahaan dan kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas penumpang pesawat Sriwijaya Air hal ini juga sesuai hasil penelitian yang dilakukan oleh Emy Suwarni 2015 hasil penelitian menunjukkan bahwa harga dan kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas. Penelitian ini didukung penelitian lainnya yang dilakukan oleh Richa Dewi Puspitasari 2015 yang menunjukkan harga dan citra perusahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas.

**Keterkaitan Harga Terhadap Loyalitas Penumpang Pesawat Sriwijaya Air (Studi Kasus Penumpang Luwuk-Makassar).**

Penelitian ini menunjukkan harga memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas penumpang Sriwijaya Air hal ini sesuai hasil penelitian yang dilakukan oleh Nurul Qomariah 2016. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas penumpang. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian dilakukan oleh Richa Dewi Puspitasari 2015. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas penumpang.

**Keterkaitan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Penumpang Pesawat Sriwijaya Air (Studi Kasus Penumpang Luwuk-Makassar).**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra perusahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas penumpang Sriwijaya Air. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Richa Dewi Puspitasari 2015. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra perusahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian lainnya yang dilakukan oleh Foni Pangandaheng 2015 yang menunjukkan bahwa citra perusahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

**Keterkaitan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Penumpang Pesawat Sriwijaya Air (Studi Kasus Penumpang Luwuk-Makassar)**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas penumpang pesawat Sriwijaya Air. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Foni Pangandaheng 2015. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil penelitian ini didukung penelitian lainnya yang dilakukan oleh Emy Suwarni 2015 yang menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

**Kesimpulan dan Saran-Saran****Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Harga citra perusahaan dan kualitas layanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas penumpang pesawat Sriwijaya Air (Studi Kasus Penumpang Luwuk-Makassar) dengan pembuktian hipotesis menggunakan uji  $F_{sig}$  nilai signifikansi  $0,000 < \alpha 0,05$ .
2. Harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas penumpang pesawat Sriwijaya Air (Studi Kasus Penumpang Luwuk-Makassar) dengan uji  $t_{sig}$   $0,035 < \alpha$  taraf signifikan yang diisyaratkan  $\alpha 0,05$ .
3. Citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas penumpang pesawat Sriwijaya Air (Studi Kasus Penumpang Luwuk-Makassar) dengan uji  $t_{sig}$   $0,045 < \alpha$  taraf signifikan yang diisyaratkan  $\alpha 0,05$ .
4. Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas penumpang pesawat Sriwijaya Air (Studi Kasus Penumpang Luwuk-Makassar) dengan uji  $t_{sig}$   $0,037 < \alpha$  taraf signifikan yang diisyaratkan  $\alpha 0,05$ .

**Saran-Saran**

- a. Berdasarkan hasil penelitian ini Sriwijaya Air perlu memberikan layanan sesuai harga tiket yang dibeli penumpang agar penumpang tetap loyal dan merasa puas akan layanan yang diberikan perusahaan.
- b. Berdasarkan hasil penelitian ini Sriwijaya Air harus tetap mempertahankan citra perusahaan yang sudah baik dengan lebih bertanggungjawab dan memiliki kepedulian kepada penumpang serta selalu tepat waktu penerbangan sesuai jadwal yang telah ditetapkan.

## DAFTAR RUJUKAN

- Emy Suwarni 2015. **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Makanan Cepat Saji Di Kota Palembang (Studi Pada Kentucky Fried Chicken (KFC)).** Skripsi
- Foni Pangandaheng 2015. **Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Hadji Kalla Palu.** *e-Jurnal Katalogis, Volume 3 Nomor 2, Pebruari 2015 hlm 51-67*
- Gregory,R. James and Jack G. Wiechman, (2011). **Pemasaran Ritel.** (Edisi Kesebelas)
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2009). **Marketingmanagement (13th ed.).** New Jersey : Prentice Hall, Inc. *JURNAL MANAJEMEN PEMASARAN Vol. 1, No. 1, (2013) 1-12.*
- Lupiyoadi, Rambat, 2006. **Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik.** Jakarta. Salemba Empat. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI) /Vol. 3, No. 1, 2012.*
- Nurul Qomariah 2016. **Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Bengkel Mobil Larasati Lumajang).** *JURNAL SAINS MANAJEMEN & BISNIS INDONESIA Volume VI, No. 2, Desember 2016, halaman 212 – 221*
- Richa Dewi Puspitasari 2015. **Pengaruh Kewajaran Harga, Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pengguna Maskapai Lion Air Di Yogyakarta.**
- Parasuraman, A. Zeithmal, VA and Berry L.L., 1990. **A. Conceptual Model Of Service: Quality and Its Implementation For Future Research.** *Journal Marketing (fall): 41-50.*
- Sugiyono, 2009, **Metode Penelitian Bisnis,** Bandung, Alfabet
- Sugiyono, 2010, **Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif** Bandung, Alfabet
- Wijaya, Tony. (2008). **“Pengaruh Kepuasan Pada Penanganan Keluhan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Konsumen Natasha Skin Care”.** Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IEU Yogyakarta.