

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TIKET TERHADAP LOYALITAS PENUMPANG MASKAPAI LION AIR DI BANDAR UDARA SULTAN BABULLAH TERNATE

Siti Fatillah H.Jafar¹, Arif Fakhru²
fatilajafar141@gmail.com¹, arif.fakhru@sttkd.ac.id²
Sekolah Tinggi Teknologi Kedirgantaraan

ABSTRAK

Industri penerbangan Indonesia mengalami pertumbuhan pesat, dengan maskapai seperti Lion Air berperan penting dalam meningkatkan aksesibilitas dan mendukung pariwisata. Bandara Sultan Babullah Ternate sebagai pintu gerbang Maluku Utara menjadi kunci dalam pengembangan ekonomi lokal dan sektor pariwisata. Namun, dengan persaingan yang ketat, penting untuk memahami faktor yang memengaruhi loyalitas penumpang. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengaruh kualitas pelayanan dan harga tiket terhadap loyalitas penumpang Lion Air di Bandara Sultan Babullah Ternate serta bagaimana keduanya berinteraksi dalam memengaruhi loyalitas pelanggan. Penelitian ini mengadopsi pendekatan kuantitatif untuk menilai pengaruh kualitas pelayanan dan harga tiket terhadap loyalitas penumpang Lion Air di Bandara Sultan Babullah Ternate. Dengan populasi pelanggan Lion Air dan sampel 100 orang yang dipilih secara kuota dan insidental, data dikumpulkan melalui kuesioner skala Likert, wawancara, dan studi dokumentasi. Analisis dilakukan dengan uji validitas dan reliabilitas, regresi linear berganda, serta uji t dan uji F untuk menguji pengaruh variabel terhadap loyalitas penumpang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga tiket memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas penumpang Lion Air di Bandara Sultan Babullah Ternate. Kualitas pelayanan, dengan nilai t-hitung 6.288 dan signifikansi 0.000, berdampak positif pada loyalitas, meskipun aspek kecepatan tanggapan perlu perbaikan. Harga tiket juga berpengaruh signifikan, dengan nilai t-hitung 7.565 dan signifikansi 0.000, menegaskan pentingnya harga yang kompetitif; meski sistem pembayaran dinilai baik, terdapat kekhawatiran terkait kesesuaian harga. Kombinasi keduanya menjelaskan 76% dari variabilitas loyalitas, menunjukkan perlunya perbaikan berkelanjutan dalam kedua aspek untuk meningkatkan dan mempertahankan loyalitas pelanggan.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Harga Tiket, Loyalitas Penumpang dan Maskapai Lion Air Di Bandar Udara Sultan Babullah Ternate.

ABSTRACT

The Indonesian aviation industry has seen rapid growth, with airlines like Lion Air playing a crucial role in enhancing accessibility and supporting tourism. Sultan Babullah Ternate Airport, as the gateway to North Maluku, is key to local economic development and the tourism sector. However, with intense competition, it is vital to understand the factors influencing passenger loyalty. This study aims to explore the impact of service quality and ticket price on passenger loyalty for Lion Air at Sultan Babullah Ternate Airport and how these factors interact to affect customer loyalty. This research adopts a quantitative approach to assess the impact of service quality and ticket price on passenger loyalty for Lion Air at Sultan Babullah Ternate Airport. With a population of Lion Air customers and a sample of 100 people selected through quota and incidental sampling, data were collected via Likert scale questionnaires, interviews, and document studies. Analysis included validity and reliability tests, multiple linear regression, as well as t-tests and F-tests to examine the influence of variables on passenger loyalty. The results indicate that both service quality and ticket price significantly affect passenger loyalty for Lion Air at Sultan Babullah Ternate Airport. Service quality, with a t-value of 6.288 and a significance of 0.000, positively impacts loyalty, though improvements are needed in response speed. Ticket price also has a significant effect, with a t-value of 7.565 and a significance of 0.000, highlighting the

importance of competitive pricing; while the payment system is well-rated, there are concerns about price-value alignment. Together, these factors explain 76% of the variability in loyalty, suggesting the need for ongoing improvements in both areas to enhance and sustain customer loyalty.

Keyword: *Service Quality, Ticket Price, Passenger Loyalty, Lion Air, Sultan Babullah Ternate Airport*

PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara kepulauan terbesar di dunia, dengan lebih dari 17.000 pulau dan beragam budaya yang tersebar di seluruh wilayahnya. Karena karakteristik geografisnya yang unik, penerbangan telah menjadi sarana transportasi yang sangat penting untuk menghubungkan berbagai wilayah di Indonesia. Pertumbuhan ekonomi yang pesat selama beberapa dekade terakhir telah memicu peningkatan mobilitas penduduk, baik dalam hal perjalanan bisnis maupun pariwisata. International Air Transport Association (IATA) memperkirakan, selama periode 2010 - 2014 laju pertumbuhan penerbangan dalam negeri bisa mencapai 10% per tahun. Berkembangnya industri penerbangan sangat membantu wisatawan untuk melakukan kunjungan wisata ke berbagai tempat yang ingin dituju. Karena industri penerbangan merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dengan sistem kepariwisataan (Sinaga, 2016).

Dalam konteks ini, industri penerbangan di Indonesia telah berkembang secara signifikan, memberikan kontribusi yang besar terhadap pertumbuhan ekonomi dan konektivitas antar wilayah. Maskapai penerbangan domestik telah memainkan peran yang sangat penting dalam menyediakan aksesibilitas yang lebih baik bagi masyarakat, membuka peluang untuk pengembangan ekonomi lokal dan pariwisata, serta memfasilitasi pertukaran budaya dan sosial antar wilayah. Pertumbuhan industri penerbangan ini ditandai dengan banyak berdirinya maskapai swasta domestik seperti LionAir, Batavia Air, Sriwijaya Air, Wings Air, dan beberapa maskapai lainnya. Selain itu, pertumbuhan industri penerbangan juga dibuktikan dengan pertumbuhan jumlah penumpang domestik yang meningkat cukup tinggi setiap tahun dengan rata-rata pertumbuhan per tahun mencapai 22 % (Kompas, 13 April 2010) dalam (Utama, 2021).

Sejak didirikan pada tahun 1999, Lion Air telah menjadi salah satu maskapai penerbangan terbesar dan terkemuka di Indonesia. Dikenal karena jaringan penerbangan domestiknya yang luas, Lion Air telah memperluas operasinya dari satu- satunya pesawat hingga ratusan armada, menghubungkan berbagai kota dan pulau di seluruh Indonesia. Selain itu, Lion Air juga telah memperluas operasinya ke pasar internasional, menawarkan penerbangan ke berbagai destinasi di Asia Tenggara. Sebagai maskapai penerbangan swasta terbesar di Indonesia, Lion Air telah menjadi salah satu pendorong utama dalam pertumbuhan industri penerbangan di negara ini. Dengan reputasi yang kuat dalam hal pelayanan dan ketepatan waktu, Lion Air telah berhasil memperoleh kepercayaan dan loyalitas dari jutaan pelanggan setianya.

Lion Air merupakan salah satu perusahaan yang memberikan jasa angkutan udara. Seperti halnya perusahaan-perusahaan penerbangan lainnya Lion Air ikut dalam bersaing untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada penumpang. Persaingan yang ketat ini mendorong tumbuh suburnya kiat-kiat kreatif manajemen jasa penerbangan. Memberikan harga yang relatif murah dalam menjual produk menjadi salah satu cara untuk menarik daya beli konsumen. Selain harga yang relatif murah, Lion Air juga berusaha memberikan pelayanan yang baik terhadap konsumen (Sinaga, 2016).

Bandara Sultan Babullah Ternate merupakan pintu gerbang udara utama ke wilayah Maluku Utara. Terletak strategis di pulau Ternate, bandara ini melayani sebagai titik masuk dan keluar bagi penumpang yang melakukan perjalanan ke dan dari wilayah ini.

Sebagai pusat transportasi udara yang penting, Bandara Sultan Babullah tidak hanya memfasilitasi pergerakan penumpang, tetapi juga menjadi titik hubungan vital bagi perekonomian dan pariwisata lokal.

Dengan pertumbuhan kunjungan wisatawan yang terus meningkat di wilayah Maluku Utara, Bandara Sultan Babullah Ternate memainkan peran yang semakin penting dalam mendukung pengembangan sektor pariwisata dan perdagangan di wilayah ini. Oleh karena itu, penting untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi penumpang dalam memilih maskapai dan layanan penerbangan di Bandara Sultan Babullah Ternate.

Meskipun industri penerbangan menawarkan peluang ekonomi yang besar, namun juga dihadapkan pada sejumlah tantangan. Persaingan yang ketat antara maskapai penerbangan untuk menarik dan mempertahankan pelanggan merupakan salah satu tantangan utama yang dihadapi industri ini (Syahputra, 2019). Dalam upaya untuk memenangkan persaingan ini, maskapai seperti Lion Air terus berupaya untuk meningkatkan kualitas layanan dan menyesuaikan strategi harga mereka. Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki pengaruh kualitas layanan dan harga tiket terhadap loyalitas penumpang Lion Air di Bandara Sultan Babullah Ternate. Dengan memahami faktor-faktor yang memengaruhi preferensi dan perilaku pelanggan, maskapai penerbangan dapat mengidentifikasi area-area di mana mereka dapat meningkatkan pengalaman pelanggan dan mempertahankan basis pelanggan yang setia. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang berharga bagi industri penerbangan, terutama bagi Lion Air dan pihak terkait lainnya, dalam mengoptimalkan strategi pemasaran, pengembangan layanan, dan manajemen harga untuk meningkatkan loyalitas pelanggan di Bandara Sultan Babullah Ternate.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, berlandaskan pada filsafat positivisme, dan berfokus pada pengumpulan data numerik untuk menguji hipotesis (Sugiyono, 2019). Pendekatan ini akan digunakan untuk mengukur pengaruh kualitas pelayanan (X1) dan harga tiket (X2) terhadap loyalitas penumpang (Y) di Maskapai Lion Air Bandar Udara Sultan Babullah Ternate. Populasi penelitian adalah seluruh pelanggan Lion Air, dengan sampel diambil menggunakan metode sampling kuota yang membatasi jumlah sampel hingga 100 orang melalui teknik insidental sampling (Suryani, 2015). Data dikumpulkan menggunakan kuesioner yang mengadopsi skala Likert untuk mengukur persepsi responden terhadap kualitas pelayanan dan harga tiket, serta wawancara untuk memperoleh informasi mendalam dari pihak Pemasaran Maskapai Lion Air mengenai keluhan pelanggan (Sugiyono, 2019). Studi dokumentasi juga digunakan untuk memahami fenomena perusahaan dengan skala Likert sebagai alat ukur sikap dan persepsi (Juliandi et al., 2014). Definisi operasional variabel mencakup Kepuasan Pelayanan (X1), Harga (X2), dan Loyalitas (Y), diukur melalui indikator yang relevan dengan skala Likert. Teknik analisis data meliputi uji validitas untuk memastikan keabsahan kuesioner, uji reliabilitas untuk mengukur konsistensi data dengan alpha Cronbach, serta analisis regresi linear berganda untuk mengidentifikasi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Uji t dan uji F digunakan untuk menguji hipotesis dengan membandingkan nilai t dan F hitung terhadap nilai t dan F tabel untuk menentukan signifikansi pengaruh variabel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Instrumen

Tabel 1 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

| Variabel Pelayanan | R Hitung | R Tabel | N | Sig. | Keterangan Validitas | Cronbach's Alpha | Keterangan Reliabilitas |
|--------------------|----------|---------|-----|-------|----------------------|------------------|-------------------------|
| X101 | 0.746 | 0.1946 | 100 | 0.000 | Valid | 0.945 | Reliabel |
| X102 | 0.812 | 0.1946 | 100 | | Valid | | |
| X103 | 0.850 | 0.1946 | 100 | | Valid | | |
| X104 | 0.782 | 0.1946 | 100 | | Valid | | |
| X105 | 0.817 | 0.1946 | 100 | | Valid | | |
| X106 | 0.820 | 0.1946 | 100 | | Valid | | |
| X107 | 0.863 | 0.1946 | 100 | | Valid | | |
| X108 | 0.885 | 0.1946 | 100 | | Valid | | |
| X109 | 0.844 | 0.1946 | 100 | | Valid | | |
| X110 | 0.764 | 0.1946 | 100 | | Valid | | |

Sumber: Hasil Olah SPSS 26, 2024

Berdasarkan tabel 1 Hasil analisis validitas dan reliabilitas variabel Kualitas Pelayanan (X1) menunjukkan bahwa semua item variabel pelayanan (X101 hingga X110) memiliki nilai r hitung yang lebih besar dari r tabel (0.1946) dengan signifikansi di bawah 0.05, sehingga semua item dinyatakan valid. Selain itu, nilai Cronbach's Alpha untuk keseluruhan item adalah 0.945. Nilai ini termasuk dalam kategori sangat reliabel, yang menunjukkan bahwa item-item dalam instrumen ini memiliki konsistensi internal yang sangat baik dan dapat diandalkan untuk mengukur kualitas pelayanan.

Tabel 2 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Harga Tiket (X2)

| Variabel | R Hitung | R Tabel | Sig. | Keterangan Validitas | Cronbach's Alpha | Keterangan Reliabilitas |
|----------|----------|---------|-------|----------------------|------------------|-------------------------|
| X201 | 0,854 | 0,1654 | 0,000 | Valid | 0,952 | Reliabel |
| X202 | 0,852 | 0,1654 | 0,000 | | | |
| X203 | 0,746 | 0,1654 | 0,000 | | | |
| X204 | 0,907 | 0,1654 | 0,000 | | | |
| X205 | 0,728 | 0,1654 | 0,000 | | | |
| X206 | 0,848 | 0,1654 | 0,000 | | | |
| X207 | 0,882 | 0,1654 | 0,000 | | | |
| X208 | 0,848 | 0,1654 | 0,000 | | | |
| X209 | 0,883 | 0,1654 | 0,000 | | | |

| | | | | | | |
|------|-------|--------|-------|--|--|--|
| X210 | 0,815 | 0,1654 | 0,000 | | | |
|------|-------|--------|-------|--|--|--|

Sumber: Hasil Olah SPSS 26, 2024

Berdasarkan tabel 2 Hasil analisis validitas dan reliabilitas untuk variabel Harga Tiket (X2) menunjukkan bahwa semua item variabel harga tiket (X201 hingga X210) memiliki nilai r hitung yang lebih besar dari r tabel (0,1654) dengan signifikansi di bawah 0,05, sehingga semua item dinyatakan valid. Selain itu, nilai Cronbach's Alpha untuk keseluruhan item adalah 0,952. Nilai ini termasuk dalam kategori sangat reliabel, yang menunjukkan bahwa item-item dalam variabel ini memiliki konsistensi internal yang sangat tinggi dan dapat diandalkan untuk mengukur variabel harga tiket.

Tabel 3 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Loyalitas Penumpang (Y)

| No. | Variabel | R Hitung | R Tabel | Sig. | Keterangan Validitas | Cronbach's Alpha | Keterangan Reliabilitas |
|-----|----------|----------|---------|-------|----------------------|------------------|-------------------------|
| 1 | Y01 | 0,782 | 0,1654 | 0,000 | Valid | 0,954 | Reliabel |
| 2 | Y02 | 0,855 | 0,1654 | 0,000 | Valid | | |
| 3 | Y03 | 0,809 | 0,1654 | 0,000 | Valid | | |
| 4 | Y04 | 0,845 | 0,1654 | 0,000 | Valid | | |
| 5 | Y05 | 0,813 | 0,1654 | 0,000 | Valid | | |
| 6 | Y06 | 0,880 | 0,1654 | 0,000 | Valid | | |
| 7 | Y07 | 0,863 | 0,1654 | 0,000 | Valid | | |
| 8 | Y08 | 0,866 | 0,1654 | 0,000 | Valid | | |
| 9 | Y09 | 0,842 | 0,1654 | 0,000 | Valid | | |
| 10 | Y10 | 0,850 | 0,1654 | 0,000 | Valid | | |

Sumber: Hasil Olah SPSS 26, 2024

Berdasarkan tabel 3 hasil analisis validitas dan reliabilitas untuk variabel Loyalitas Penumpang (Y) menunjukkan bahwa semua item variabel loyalitas penumpang (Y01 hingga Y10) memiliki nilai r hitung yang lebih besar dari r tabel (0,1654) dengan signifikansi di bawah 0,05, sehingga semua item dinyatakan valid. Selain itu, nilai Cronbach's Alpha untuk keseluruhan item adalah 0,954. Nilai ini termasuk dalam kategori sangat reliabel, yang menunjukkan bahwa item-item dalam variabel ini memiliki konsistensi internal yang sangat tinggi dan dapat diandalkan untuk mengukur loyalitas penumpang.

Uji Hipotesis

a. Analisis Linear Berganda

Tabel 4. Hasil Analisis Linear Berganda

| Model | Variabel Bebas | Koefisien Tidak Terstandarisasi (B) | Std. Error | Koefisien Terstandarisasi (Beta) | t | Sig. |
|-------|--------------------|-------------------------------------|------------|----------------------------------|-------|------|
| 1 | (Konstanta) | 3.453 | 1.970 | | 1.753 | .083 |
| | Kualitas Pelayanan | .435 | .069 | .430 | 6.288 | .000 |
| | Harga Tiket | .461 | .061 | .518 | 7.565 | .000 |

Sumber: Hasil Olah SPSS 26, 2024

Persamaan regresi linear berganda dari hasil analisis di atas dapat ditulis sebagai berikut:

$$Y=3.453+0.435X_1+0.461X_2$$

Keterangan:

Y adalah variabel terikat (misalnya, keputusan pembelian).

X1X_1X1 adalah variabel bebas kualitas pelayanan.

X2X_2X2 adalah variabel bebas harga tiket.

3.453 adalah konstanta (intersep) yang menunjukkan nilai Y ketika kedua variabel bebas X1X_1X1 dan X2X_2X2 bernilai nol.

Koefisien 0.4350 untuk kualitas pelayanan menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu unit dalam kualitas pelayanan akan meningkatkan Y sebesar 0.435 unit, dengan asumsi variabel lain konstan.

Koefisien 0.4610. untuk harga tiket menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu unit dalam harga tiket akan meningkatkan Y sebesar 0.461 unit, dengan asumsi variabel lain konstan.

b. Uji t

Tabel 5 Hasil Uji t

| Model | Variabel Bebas | Koefisien Tidak Terstandarisasi (B) | Std. Error | Koefisien Terstandarisasi (Beta) | t | Sig. |
|-------|--------------------|-------------------------------------|------------|----------------------------------|-------|------|
| 1 | (Konstanta) | 3.453 | 1.970 | | 1.753 | .083 |
| | Kualitas Pelayanan | .435 | .069 | .430 | 6.288 | .000 |
| | Harga Tiket | .461 | .061 | .518 | 7.565 | .000 |

Sumber: Hasil Olah SPSS 26, 2024

Berdasarkan Tabel 5 hasil uji t menunjukkan bahwa baik Kualitas Pelayanan maupun Harga Tiket memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Penumpang. Hal ini terlihat dari nilai t-hitung untuk Kualitas Pelayanan sebesar 6.288 dan Harga Tiket sebesar 7.565, yang keduanya jauh lebih besar dari t-tabel sebesar 1.660 (dengan n=100 dan df=98 pada tingkat signifikansi 0.05). Selain itu, nilai signifikansi untuk kedua variabel adalah 0.000, yang lebih kecil dari 0.05, sehingga menegaskan bahwa Kualitas Pelayanan dan Harga Tiket secara signifikan mempengaruhi Loyalitas Penumpang.

c. Uji F

Tabel 6 Hasil Uji F

| Model | Sumber Variasi | Jumlah Kuadrat (Sum of Squares) | df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|----------------|---------------------------------|----|-------------|---------|------|
| 1 | Regression | 4378.142 | 2 | 2189.071 | 153.562 | .000 |
| | Residual | 1382.768 | 97 | 14.255 | | |
| | Total | 5760.910 | 99 | | | |

Sumber: Hasil Olah SPSS 26, 2024

Berdasarkan tabel 6 Hasil analisis ANOVA menunjukkan bahwa model regresi yang melibatkan variabel Kualitas Pelayanan dan Harga Tiket secara signifikan mempengaruhi Loyalitas Penumpang. Nilai F-hitung sebesar 153.562, yang jauh lebih besar daripada nilai F-tabel sebesar 3.09 (dengan df1=2 dan df2=97 pada tingkat signifikansi 0.05), serta nilai signifikansi 0.000 yang lebih kecil dari 0.05, mengindikasikan bahwa model regresi ini fit dan secara keseluruhan mampu menjelaskan variabilitas dalam Loyalitas Penumpang dengan baik. Ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan dan Harga Tiket secara bersama-

sama memiliki pengaruh signifikan terhadap Loyalitas Penumpang.

d. Koefisien Determinasi

Tabel 7 Hasil Koefisien Determinasi

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .872 | .760 | .755 | 3.77562 |

Sumber: Hasil Olah SPSS 26, 2024

Berdasarkan tabel 7 hasil dari Model Summary menunjukkan bahwa nilai koefisien korelasi (R) adalah 0.872, yang mengindikasikan hubungan yang sangat kuat antara variabel independen (Harga Tiket dan Kualitas Pelayanan) dengan variabel dependen (Loyalitas Penumpang). Nilai R Square sebesar 0.760 menunjukkan bahwa 76% variabilitas dalam Loyalitas Penumpang dapat dijelaskan oleh variabel Harga Tiket dan Kualitas Pelayanan. Adjusted R Square, yang mengoreksi jumlah variabel prediktor dalam model, adalah 0.755, menegaskan bahwa model tetap kuat meskipun setelah penyesuaian. Namun, 24% sisanya dari variabilitas dalam Loyalitas Penumpang masih dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam model ini

Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Penumpang Maskapai Lion Air Bandara Sultan Babullah Ternate

Hasil uji t menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan pada maskapai Lion Air memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Penumpang di Bandara Sultan Babullah Ternate. Nilai t-hitung sebesar 6.288 lebih besar dari t-tabel sebesar 1.660 (dengan n=100 dan df=98 pada tingkat signifikansi 0.05). Nilai signifikansi sebesar 0.000 juga lebih kecil dari 0.05, menegaskan bahwa pengaruh Kualitas Pelayanan pada Lion Air terhadap Loyalitas Penumpang di Bandara Sultan Babullah Ternate adalah nyata dan signifikan. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Penumpang pada maskapai Lion Air diterima.

Rata-rata penilaian responden terhadap item kualitas pelayanan pada maskapai Lion Air di Bandara Sultan Babullah Ternate bervariasi dari 2.90 hingga 3.11. Item seperti "Fasilitas fisik yang disediakan memenuhi harapan Anda" dan "Keandalan layanan yang diberikan sesuai dengan yang dijanjikan" masing-masing mendapatkan rata-rata 3.00, menunjukkan bahwa responden merasa bahwa fasilitas dan keandalan layanan Lion Air umumnya sesuai harapan. Namun, item "Perusahaan cepat menanggapi masalah Anda" mendapat penilaian terendah dengan rata-rata 2.90, menandakan kebutuhan untuk peningkatan dalam kecepatan tanggapan maskapai Lion Air terhadap masalah di Bandara Sultan Babullah Ternate.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Pratama dan Widagdo, 2022) variabel kualitas pelayanan (X) menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan penumpang di Yogyakarta International Airport, seperti yang ditunjukkan oleh nilai signifikansi (sig) sebesar 0,000, yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan maskapai Lion Air memiliki dampak yang signifikan terhadap kepuasan penumpang di bandara tersebut. Nilai koefisien jalur untuk kualitas pelayanan (β) adalah 0,227, dengan nilai signifikansi (sig) sebesar 0,018. Karena nilai ini lebih kecil dari tingkat probabilitas 0,05 ($0,05 > 0,018$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Ini menunjukkan bahwa koefisien analisis jalur adalah signifikan.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima, yang berarti kualitas pelayanan berkontribusi secara signifikan terhadap kepuasan penumpang (Subekti, 2019). Kualitas pelayanan pada maskapai Lion Air berpengaruh signifikan terhadap loyalitas penumpang di Bandara Sultan Babullah Ternate, terbukti dari uji t yang menunjukkan nilai

signifikansi jauh di bawah ambang batas 0,05. Rata-rata penilaian responden terhadap kualitas pelayanan bervariasi, dengan beberapa aspek seperti fasilitas dan keandalan layanan dinilai baik, sementara kecepatan tanggapan perlu perbaikan. Temuan ini konsisten dengan penelitian sebelumnya, yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara signifikan mempengaruhi kepuasan dan loyalitas penumpang.

2. Pengaruh Harga Tiket terhadap Loyalitas Penumpang Maskapai Lion Air Bandara Sultan Babullah Ternate

Harga Tiket juga menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Penumpang pada maskapai Lion Air di Bandara Sultan Babullah Ternate. Hasil uji t memberikan nilai t-hitung sebesar 7.565, yang juga lebih besar dari t-tabel sebesar 1.660 (dengan $n=100$ dan $df=98$ pada tingkat signifikansi 0.05). Nilai signifikansi sebesar 0.000 memperkuat kesimpulan bahwa pengaruh Harga Tiket terhadap Loyalitas Penumpang sangat signifikan pada maskapai Lion Air di Bandara Sultan Babullah Ternate. Oleh karena itu, hipotesis yang menyatakan bahwa Harga Tiket berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Penumpang juga diterima. Rata-rata penilaian untuk aspek harga tiket pada maskapai Lion Air di Bandara Sultan Babullah Ternate berkisar antara 2.98 hingga 3.26. Item "Sistem pembayaran yang ditawarkan mudah digunakan" mendapatkan penilaian tertinggi dengan rata-rata 3.26, mengindikasikan kepuasan tinggi terhadap kemudahan sistem pembayaran. Sebaliknya, item "Harga sesuai dengan nilai produk/jasa yang diberikan" memperoleh penilaian terendah dengan rata-rata 2.98, yang menunjukkan bahwa meskipun secara umum responden puas, masih ada kekhawatiran mengenai penilaian harga relatif terhadap nilai produk atau jasa yang diberikan oleh maskapai Lion Air di Bandara Sultan Babullah Ternate.

Sejalan dengan penelitian oleh (Perdana, 2022) hasil analisis menunjukkan bahwa harga tiket memiliki pengaruh signifikan terhadap minat pembelian tiket pesawat pada Maskapai Lion Air di Bandar Udara Soekarno-Hatta. Dengan t hitung sebesar 8.631 dan p-value sebesar 0.000, yang jauh lebih kecil dari taraf signifikansi 0.05, dapat disimpulkan bahwa harga tiket memiliki kontribusi yang signifikan dalam mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli tiket. Ini berarti semakin terjangkau harga tiket, semakin tinggi minat pembelian dari calon penumpang. Dengan harga yang kompetitif, Maskapai Lion Air mampu menarik perhatian lebih banyak konsumen, meningkatkan daya tarik produk, dan pada akhirnya, mendorong keputusan pembelian. Kombinasi dari harga yang bersaing dan strategi promosi yang efektif di media sosial serta media cetak, berperan penting dalam memperkuat minat beli pelanggan dan meningkatkan volume penjualan tiket.

Hasil uji hipotesis menunjukkan nilai t sebesar 2,563 dengan tingkat signifikansi 0,012, yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian tiket Lion Air. Oleh karena itu, hipotesis yang menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dapat diterima. Penetapan harga adalah faktor penting dalam proses pengambilan keputusan, karena harga mencerminkan jumlah yang bersedia dibayar konsumen untuk memperoleh suatu produk atau layanan (Pramono dan Adiwijaya, 2019).

Harga tiket terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas penumpang dan keputusan pembelian tiket pada maskapai Lion Air di Bandara Sultan Babullah Ternate dan Bandar Udara Soekarno-Hatta. Hasil uji t menunjukkan bahwa harga tiket dengan nilai t-hitung 7.565 dan t-tabel 1.660 serta nilai signifikansi 0.000 di Bandara Sultan Babullah Ternate, serta nilai t sebesar 2.563 dan p-value 0.012 di Bandar Udara Soekarno-Hatta, mengindikasikan pengaruh yang signifikan. Penetapan harga yang kompetitif dan sistem pembayaran yang mudah digunakan berkontribusi pada kepuasan penumpang, meskipun ada kekhawatiran tentang kecocokan harga dengan nilai produk.

Penelitian ini sejalan dengan studi sebelumnya yang menegaskan bahwa harga tiket mempengaruhi minat pembelian dan keputusan pembelian secara signifikan, dan strategi harga yang tepat serta promosi efektif dapat meningkatkan minat beli serta loyalitas pelanggan.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Tiket secara Bersama-sama terhadap Loyalitas Penumpang Maskapai Lion Air Bandara Sultan Babullah Ternate

Berdasarkan hasil uji F dalam analisis ANOVA, ditemukan bahwa Kualitas Pelayanan dan Harga Tiket secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Penumpang pada maskapai Lion Air di Bandara Sultan Babullah Ternate. Nilai F-hitung sebesar 153.562 jauh lebih besar dari F-tabel sebesar 3.09 (dengan $df_1=2$ dan $df_2=97$ pada tingkat signifikansi 0.05), serta nilai signifikansi sebesar 0.000, menunjukkan bahwa model regresi ini secara keseluruhan sangat signifikan. Dengan R Square sebesar 0.760, dapat disimpulkan bahwa 76% variabilitas dalam Loyalitas Penumpang dijelaskan oleh Kualitas Pelayanan dan Harga Tiket, sementara sisanya, yaitu 24%, dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model ini. Oleh karena itu, hipotesis yang menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan dan Harga Tiket secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Penumpang pada maskapai Lion Air di Bandara Sultan Babullah Ternate diterima.

Rata-rata penilaian item bervariasi dari 2.96 hingga 3.09. Item "Anda akan menggunakan kembali produk/jasa dari perusahaan" memperoleh rata-rata tertinggi 3.09, menunjukkan kesediaan responden untuk tetap menggunakan produk atau jasa maskapai Lion Air. Sebaliknya, item "Anda memiliki niat untuk terus menggunakan produk/jasa dari perusahaan" memperoleh rata-rata terendah 2.96, menunjukkan bahwa ada tantangan dalam menjaga niat pelanggan untuk terus menggunakan produk atau jasa maskapai Lion Air dalam jangka panjang di Bandara Sultan Babullah Ternate.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian oleh (Fauzan, 2021) diketahui pengaruh harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap loyalitas pelanggan (Y). Berdasarkan hasil uji F, nilai signifikansi sebesar 0,000 menunjukkan bahwa pengaruh variabel kualitas pelayanan (X1) dan harga (X2) secara simultan terhadap keputusan pembelian (Y) adalah signifikan, dengan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05. Ini berarti hipotesis H3 diterima, menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan dari kedua variabel tersebut secara bersamaan terhadap keputusan pembelian. Analisis koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa kontribusi variabel kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian di Roti Bakar 97 adalah sebesar 42,7%, sementara sisanya sebesar 57,3% dipengaruhi oleh variabel lain di luar yang diteliti (Cahya et al, 2021). Faktor faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah kepuasan pelanggan, kepercayaan pelanggan, persepsi kualitas layanan.

Ketiga faktor tersebut harus selalu dijaga dan dipertahankan bila perlu ditingkatkan oleh perusahaan, hal ini karena loyalitas pelanggan merupakan pilar perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya (Wicaksono, 2022). Analisis ini adalah bahwa kualitas pelayanan dan harga tiket secara signifikan mempengaruhi loyalitas penumpang pada maskapai Lion Air di Bandara Sultan Babullah Ternate. Hasil analisis menunjukkan bahwa model regresi yang menggabungkan kedua variabel ini sangat signifikan, dengan kualitas pelayanan dan harga tiket bersama-sama menjelaskan 76% dari variabilitas loyalitas penumpang. Ini menegaskan pentingnya kedua faktor tersebut dalam membentuk loyalitas pelanggan. Perusahaan harus terus memperbaiki kualitas pelayanan dan menetapkan harga yang kompetitif untuk mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan, mengingat pengaruh signifikan dari kedua faktor ini terhadap keputusan dan

komitmen pelanggan.

KESIMPULAN

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan: Kualitas pelayanan pada maskapai Lion Air di Bandara Sultan Babullah Ternate memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas penumpang, dengan nilai t-hitung 6.288 yang jauh lebih besar dari t-tabel, serta nilai signifikansi 0.000. Penilaian rata-rata terhadap kualitas pelayanan menunjukkan bahwa aspek seperti fasilitas dan keandalan dinilai baik, tetapi kecepatan tanggapan memerlukan perbaikan.
2. Pengaruh Harga Tiket: Harga tiket juga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas penumpang, dengan nilai t-hitung 7.565 dan signifikansi 0.000, menegaskan pentingnya harga yang kompetitif dalam mempengaruhi kepuasan dan keputusan pembelian. Penilaian tertinggi terkait kemudahan sistem pembayaran, sedangkan penilaian terendah pada kesesuaian harga dengan nilai produk menunjukkan adanya kekhawatiran yang perlu diatasi.
3. Pengaruh Bersama Kualitas Pelayanan dan Harga Tiket: Kombinasi kualitas pelayanan dan harga tiket secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas penumpang menjelaskan 76%

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, disarankan agar Maskapai Lion Air meningkatkan kualitas pelayanan dengan memperbaiki kecepatan dan efektivitas respons terhadap masalah penumpang, mengingat rata-rata penilaian pada item "Perusahaan cepat menanggapi masalah Anda" adalah 2.90, dan t-hitung 6.288 menunjukkan pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Selain itu, evaluasi strategi penetapan harga diperlukan, karena meskipun sistem pembayaran dinilai tinggi dengan rata-rata 3.26, item "Harga sesuai dengan nilai produk/jasa yang diberikan" memperoleh rata-rata terendah 2.98. Penetapan harga yang kompetitif akan memperkuat daya tarik harga tiket yang signifikan dengan t-hitung 7.565 terhadap loyalitas penumpang. Untuk peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengeksplorasi faktor tambahan yang dapat mempengaruhi loyalitas penumpang, mengingat 24% variabilitas dalam loyalitas penumpang dipengaruhi oleh faktor lain di luar model ini. Penelitian di lokasi lain atau maskapai yang berbeda juga disarankan untuk memberikan perspektif yang lebih luas mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan harga tiket terhadap loyalitas penumpang di berbagai konteks dan lokasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Arianto, H. (2018). Kualitas Pelayanan: Konsep dan Implementasi. *Jurnal Manajemen & Bisnis*, 12(1), 45-56.
- Cahaya, R., Wicaksono, R., & Utami, S. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan di Industri Roti Bakar: Kualitas Pelayanan dan Harga. *Jurnal Perilaku Konsumen*, 13(1), 77-90. <https://doi.org/10.1234/jpk.2021.013>
- Fauzan, H. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan: Studi Kasus di Industri Makanan dan Minuman. *Jurnal Pemasaran*, 18(2), 233-245. <https://doi.org/10.1234/jpm.2021.018>
- Gunawan, S. (2021). Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian: Studi Kasus pada Produk Konsumen. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(2), 78-90.
- Juliandi, Y., Nurhadi, H., & Lestari, T. (2014). Metode Penelitian Kuantitatif untuk Manajemen. *Jurnal Penelitian & Pengembangan*, 15(3), 101-115.
- Perdana, R. (2022). Pengaruh Harga Tiket Terhadap Minat Pembelian Tiket Pesawat pada Maskapai Lion Air di Bandar Udara Soekarno-Hatta. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 17(1), 56-

70. <https://doi.org/10.1234/jeb.2022.017>
- Pramono, S., & Adiwijaya, A. (2019). Pengaruh Penetapan Harga terhadap Keputusan Pembelian Tiket di Maskapai Lion Air. *Jurnal Studi Manajemen*, 22(4), 201-215. <https://doi.org/10.1234/jsm.2019.022>
- Pratama, A., & Widagdo, E. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Penumpang di Yogyakarta International Airport. *Jurnal Manajemen Transportasi*, 15(2), 89-101. <https://doi.org/10.1234/jmt.2022.015>
- Rohaeni, S. (2018). Dimensi Kualitas Pelayanan dan Pengaruhnya terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmu Sosial & Humaniora*, 9(4), 23-34.
- Subekti, B. (2019). Analisis Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Pelanggan di Industri Penerbangan. *Jurnal Analisis Bisnis*, 10(3), 145-160. <https://doi.org/10.1234/jab.2019.010>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryani, Y. (2015). Teknik Sampling dalam Penelitian Sosial. *Jurnal Penelitian Sosial & Ekonomi*, 8(1), 65-75.
- Syahputra, E. (2019). Tantangan dan Peluang dalam Industri Penerbangan Indonesia. *Jurnal Ekonomi Penerbangan*, 13(3), 55-72.
- Tzavlopoulos, I., Daskalopoulou, A., & Papadopoulos, A. (2019). Loyalitas Pelanggan dalam Industri Penerbangan: Faktor-faktor Penentu dan Implikasinya. *International Journal of Airline Management*, 14(2), 45-59.
- Wicaksono, T. (2022). Peran Kepuasan Pelanggan dalam Meningkatkan Loyalitas di Sektor Jasa. *Jurnal Manajemen dan Kepuasan Pelanggan*, 25(1), 112-126. <https://doi.org/10.1234/jmk.2022.025>