

ABSTRAK

Masroulina Sevtiani Sihombing, 0804607 “**Pengaruh *Price Fairness* Terhadap Kepuasan Penumpang Maskapai Garuda Indonesia**” (Survey pada wisatawan member GarudaMiles di Bandung). Di bawah bimbingan Ridwan Purnama, SH., M.Si dan Heri Puspito Diah Setiyorini, MM.

Dalam industri pariwisata, sebagian besar konsumsi wisatawan berupa alat transportasi udara. Semakin banyaknya pengguna alat transportasi udara di Indonesia membuat jasa tersebut makin banyak diproduksi oleh berbagai maskapai. Sektor transportasi udara di Indonesia sangat potensial dan persaingannya ketat. Perusahaan penerbangan biasanya menentukan harga berdasarkan kapasitas yang dapat dijual. Melalui teknologi pengoleksi data dan komputasi terkini mereka menyediakan harga pasti berdasarkan tingkat permintaan. Akhirnya pasar transportasi udara yang dulunya langka dan terkesan mahal mulai mengalami diversifikasi, sehingga harga tiket bervariasi dan lebih terjangkau. Banyaknya usaha penerbangan dan variatifnya strategi harga menyebabkan terjadinya perbedaan harga yang signifikan. Bagaimanapun juga perbedaan harga yang signifikan di mata konsumen telah menimbulkan isu ketidakwajaran yang bisa membahayakan hubungan antara maskapai dengan penumpang dan persepsi kewajaran harga dipercaya berasosiasi dengan kepuasan penumpang. Garuda Indonesia menawarkan harga yang lebih tinggi dengan komitmen memberikan pelayanan yang terbaik, sehingga variasi tarif yang ditawarkan di atas tarif maskapai lainnya. Tujuan awal strategi ini dilakukan untuk mencapai tingkat kepuasan konsumen yang maksimal dan memenangkan persaingan. Namun tingkat kepuasan penumpang Garuda Indonesia telah mengalami penurunan dan malah mengalami peningkatan jumlah keluhan dibanding tahun sebelumnya. Secara empiris penelitian ini menguji pengaruh *price fairness* yang terdiri dari *treatment experience*, *price knowledge*, *price expectation* dan *price information* terhadap kepuasan penumpang. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode *explanatory survey* kepada penumpang yang merupakan member GarudaMiles di Bandara Husein Sastranegara Bandung dan telah menghasilkan temuan yang berarti atas masalah yang diuji. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin, sehingga sampel diperoleh sebanyak 100 responden. Pengujian dilakukan dengan menggunakan teknik analisis data regresi berganda. Temuan dalam penelitian ini menjelaskan bahwa pengalaman yang penumpang peroleh selama penerbangan dengan Garuda Indonesia secara positif dan signifikan mempengaruhi kepuasan mereka didukung wawasan, harapan dan informasi yang penumpang miliki terkait tarif penerbangan secara positif mempengaruhi kepuasan penumpang. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa *price fairness* mempengaruhi kepuasan penumpang sebesar 75,2%, sedangkan 24,8% sisanya dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti reputasi perusahaan dan kualitas pelayanan.

Kata kunci: *price fairness*, maskapai, kepuasan penumpang.

ABSTRACT

Masroulina Sevtiani Sihombing, 0804607 **“The Impact of Price Fairness on Garuda Indonesia’s Customer Satisfaction”** (A survey on GarudaMiles’s travelers in Bandung). Under the guidances of Ridwan Purnama, SH., M.Si dan Heri Puspito Diyah Setiyorini, MM.

In tourism industry, most of consumer consumption is on air transportation. The increasing air transportation’s user in Indonesia has made that services provider or airlines company increasing too. Indonesia’s air transportation industry is very potential and competitive. Usually, airlines decide their price based on available capacities. Throughout collecting data technologies and latest computation, they offer the price on demand level. Finally, air transportation market that were once rare and expensive began to diversificating, so the ticket rates vary and more affordable. The vast number of airlines and varied pricing strategies cause the significant price difference. However, the significant price differences in consumer perspective often leads to the unfairness issues that could harm the relationship between the airlines and the passengers and perception of price fairness is believed associated well with the customer satisfaction. Garuda Indonesia offer higher rates with a commitment to deliver best services, as of the rates offered is higher than other airlines. The initial goal of this strategy is to reach the maximal satisfaction and win the competition. But, Garuda Indonesia’s passenger satisfaction level has decreased, while the complains is increasing in compare to previous year. This study empirically investigates the impact of price fairness that consists of treatment experience, price knowledge, price expectation and price information on passenger satisfaction. Using explanatory survey method among passengers who is GarudaMiles member in Husein Sastranegara Airport, Bandung and has provided meaningful insights on the issues examined. As much as 100 respondents were obtained by using sampling formula of Slovin. The examining were done by using multiple regression analysis. Findings revealed the experience that passenger gained throughout their flight with Garuda Indonesia positively and significantly influence their satisfaction, supported by knowledge, expectation and information that passenger obtained pertaining to flight rates positively influence their satisfaction. The results shows that price fairness influence passenger satisfaction as much as 75,2%, while the other 24,8% determined by other factors that weren’t examined on this research such as corporate image and service quality.

Keywords: price fairness, airlines, passenger satisfaction.