

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Kepuasan adalah salah satu bidang yang paling banyak dipelajari dalam pemasaran (Gurcan and Beyca 2019), mengingat pentingnya peran kepuasan pelanggan sebagai konsep kunci dalam pemikiran dan praktik pemasaran (Prayag, Hassibi, and Nunkoo 2019). Kepuasan pelanggan menjadi ilmu yang menarik untuk diteliti dalam banyak studi pariwisata karena perannya dalam menentukan keberhasilan dan keberlangsungan bisnis pariwisata (Osman and Sentosa 2013). Penelitian mengenai kepuasan pelanggan juga menjadi daya tarik bagi para peneliti dan profesional di industri penerbangan (Medina-muñoz, Medina-muñoz, and Suárez-cabrera 2018). Dalam dunia bisnis, kepuasan pelanggan merupakan cerminan bagi keberhasilan perusahaan (M. Kim, Vogt, and Knutson 2015).

Semakin ketatnya persaingan dengan kompetitor dalam membangun bisnis, menuntut perusahaan untuk mampu menciptakan kepuasan pelanggan (Munusamy et al. 2011). Hubungan yang baik antara perusahaan dengan pelanggan akan terwujud dari hasil puasnya pelanggan terhadap perusahaan (Ganita 2019). Penelitian (Ilieska 2013) mengatakan bahwa mengukur kepuasan secara keseluruhan layak mendapat perhatian, karena kepuasan pelanggan memberikan informasi yang signifikan untuk proses manajemen modern dan menjadi sinyal peringatan mengenai hasil bisnis dimasa depan (Ardiansyah, Yuniawati, and Ridwanudin 2019). Maka dari itu, kepuasan pelanggan sangat penting bagi perusahaan untuk terus mengembangkan (Wilianto, Santoso, and Siaputra 2017) dan meningkatkan profitabilitas bisnisnya (Gurcan and Beyca 2019).

Kajian mengenai kepuasan menjadi trend topik dalam penelitian di bidang pariwisata dan bidang perhotelan (Cohen, Prayag, and Moital 2014), Industri Banking (Ladeira, Santini, Araujo, & Sampaio 2016), *Restaurant* (Namkung and Jang 2007), *Hospitality Management* (Oh and Kim 2017), *Event Sport Tourism* (Shonk 2008), *Culinary Tourism* (Stone, Migacz, and Wolf 2018), *Cruise* (Wu, Cheng, and Ai 2018), *Travel Agencies* (Kourtesopoulou, Theodorou, and Kriemadis

2019), *Hotel Industry* (Lu, Berchoux, and Marek, n.d.), *Creative Tourism* (Suhartanto et al. 2019) dan Industri Penerbangan (*airlines*) (Omar et al. 2019).

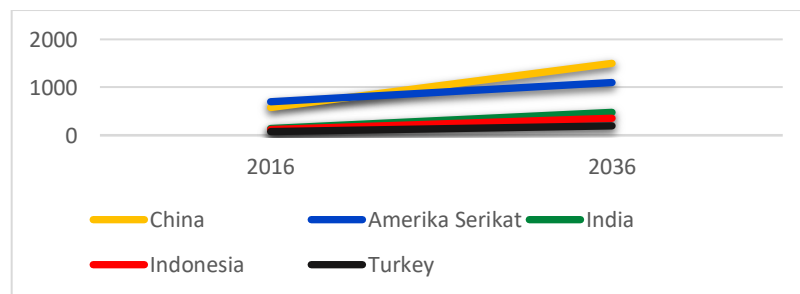
Pariwisata mengalami pertumbuhan secara luas sebagai salah satu sektor ekonomi yang paling cepat berkembang di dunia. Menurut sekretaris Jenderal *United Nation World Tourism Organization* (UNWTO) Zurab Pololikashvili, sektor pariwisata menjadi pendorong utama dalam pembangunan ekonomi (dikutip dari Detiktravel 10 maret 2019, 09.40 WIB). Melalui pariwisata, individu membawa berbagai konsep budaya kota atau negara yang mereka kunjungi. Di Indonesia sendiri, sektor pariwisata masih menjadi penyumbang devisa terbesar, bahkan yang tertinggi. Dalam acara Jumpa Pers Akhir Tahun 2018 yang digelar Kementerian Pariwisata, perolehan devisa dari sektor pariwisata tahun ini sebesar USD 17,6 miliar, setara dengan *Crude Palm Oil* (CPO) (dikutip dari *Good News From Indonesia* 9 maret 2019, 08.15 WIB). Hal ini didorong oleh kondisi Indonesia yang memiliki beraneka ragam jenis pariwisata, seperti wisata alam, sosial maupun wisata budaya yang tersebar dari Sabang hingga Merauke (Nargoyoso and Karanganyar 2017).

Pariwisata merupakan rangkaian kegiatan yang dilakukan oleh manusia baik secara perorangan maupun kelompok. Kegiatan tersebut menggunakan kemudahan, jasa dan faktor penunjang lainnya yang diadakan oleh pemerintah atau masyarakat, agar dapat mewujudkan keinginan berwisata. Untuk mengembangkan industri pariwisata yang berkelanjutan, terdapat atribut-atribut yang perlu diperhatikan. Menurut (Chahal and Devi 2015), atribut pariwisata terdiri dari 5A yaitu *attraction, accommodation, accessibility, awareness* dan *ancillary services*.

Accessibility menjadi atribut penting bagi pengembangan pariwisata, karena akses yang baik dapat memudahkan para wisatawan untuk mencapai tujuan wisata. Meskipun suatu daerah memiliki potensi pariwisata, jika tidak ditunjang dengan akses yang baik akan sulit untuk mengembangkan potensi wisata tersebut. Dalam *accessibility*, transportasi atau jasa transportasi menjadi komponen vital dalam industri pariwisata (Setiawan 2015). Di industri pariwisata, transportasi dijadikan sebagai sarana atau alat untuk mencapai tujuan wisata dan juga sarana pergerakan di tempat tujuan wisata. Transportasi yang dapat digunakan oleh wisatawan untuk berwisata terbagi menjadi 3 jenis, yaitu transportasi darat, laut dan udara. Banyak

dari wisatawan mengandalkan transportasi udara dibandingkan jenis transportasi yang lain. Hal ini dikarenakan transportasi udara memungkinkan pergerakan wisatawan yang lebih cepat, mudah, aman dan efisien (Smits 2018). Bukan hanya memudahkan pergerakan wisatawan, transportasi udara juga mendorong peningkatan kualitas hidup dengan memperluas tujuan rekreasi dan pariwisata yang tumbuh kuat di seluruh dunia (Jahmani 2017).

Pemerintah Indonesia melalui Kementerian Pariwisata (Kemenpar) terus berupaya membuka akses penerbangan langsung ke berbagai destinasi di dunia. Tujuannya untuk mencapai target 20 juta kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) ke tanah air (www.kemenpar.go.id 2019). Asosiasi Transportasi Udara Internasional atau *International Air Transport Association* (IATA) memperkirakan pada tahun 2036 Indonesia akan menjadi pasar penerbangan terbesar ke 4 dunia. Terdapat 5 negara dengan pasar penerbangan terbesar pada tahun 2036 menurut prediksi *International Air Transport Association* (IATA) yang ditampilkan pada gambar 1.1



Sumber : Diolah dari iata.org 2019

Gambar 1.1
Prediksi Pertumbuhan Penumpang Pesawat Menurut Iata

Data pada Gambar 1.1 menunjukkan bahwa *International Air Transport Association* (IATA) memprediksi negara China akan menduduki peringkat 1 dan menggeser kekuatan Amerika Serikat pada tahun 2036. Jumlah penumpang pesawat di China pada 2036 diperkirakan mencapai 1,5 miliar orang. Sementara jumlah penumpang Amerika Serikat diprediksi mencapai 1,1 miliar orang. Posisi ke-3 ditempati India dengan jumlah penumpang pesawat mencapai 478 juta orang. Posisi ke-4 ditempati Indonesia, dimana pada tahun 2036 akan menjadi pasar penerbangan terbesar ke 4 dunia dengan total penumpang pesawat 355 juta orang.

Sementara itu, Turki yang juga mengalami pertumbuhan pesat menempati posisi ke 5 dengan jumlah penumpang pesawat pada 2036 mencapai 196 juta orang.

Transportasi udara terbagi ke dalam beberapa jenis berdasarkan pelayanan (*service*) dan tarif yang ditawarkan nya. Diantaranya *Low Cost Carrier* (LCC), dan *Full Service Carrier* (FSC). Di Indonesia, terdapat beberapa maskapai penerbangan yang termasuk dalam jenis *Low Cost Carrier* (LCC), yaitu Lion Air, Citilink, Sriwijaya Air dan Air Asia. Sementara itu, Garuda Indonesia dan Batik Air menjadi maskapai jenis *Full Service Carrier* (FSC).

Ditengah persaingan antar maskapai penerbangan yang semakin ketat, banyak upaya yang dilakukan maskapai-maskapai penerbangan tak terkecuali Sriwijaya Air. Sriwijaya Air adalah salah satu jasa transportasi udara yang menawarkan tiket murah dan terjangkau oleh masyarakat luas, sesuai dengan konsep awal pendiriannya. Sriwijaya Air merupakan maskapai penerbangan swasta nasional yang didirikan oleh keluarga Lie (Hendry Lie dan Chandra Lie) dengan Johannes Bundjamin dan Andy Halim, yang memulai penerbangan pertamanya pada 10 November 2003 dengan rute Jakarta-Pangkalpinang PP (dikutip dari Wikipedia 5 maret 2019, 17.30 WIB). Meski maskapai Sriwijaya Air termasuk dalam segmen *Low Cost Carrier* (LCC), maskapai ini tetap memiliki standar pelayanan dengan fasilitas yang baik. Hal ini menjadi alasan mengapa jasa penerbangan Sriwijaya Air masih dipercaya oleh masyarakat di tengah persaingan dengan maskapai-maskapai penerbangan lainnya. Maskapai Sriwijaya Air melayani berbagai rute domestik maupun mancanegara. Untuk rute domestik, Sriwijaya Air melayani rute ke daerah yang memiliki daya tarik wisata. Seperti Belitung, Bali, Yogyakarta, Bandung dan masih banyak lagi.

Kota Bandung menjadi salah satu daerah tujuan wisata di Indonesia yang diminati banyak wisatawan. Selain karena kondisi cuaca yang sejuk, akses yang mudah menjadi alasan wisatawan untuk berkunjung. Dengan transportasi udara, Kota Bandung dapat diakses melalui Bandara Internasional Husein Sastranegara. Bandara Internasional Husein Sastranegara sendiri tidak hanya untuk rute domestik tetapi juga rute internasional. Berikut adalah daftar maskapai penerbangan yang beroperasi melalui Bandara Internasional Husein Sastranegara tahun 2018 seperti pada Tabel 1.1

Tabel 1.1
Daftar Maskapai Penerbangan Melalui Bandara Internasional Husein Sastranegara Tahun 2018

No.	Maskapai	IATA	Status
1.	Garuda Indonesia	GA	Niaga Berjadwal
2.	Lion Airlines	JT	Niaga Berjadwal
3.	Wings Airlines	IW	Niaga Berjadwal
4.	NAM Air	IN	Niaga Berjadwal
5.	Citilink Indonesia	QG	Niaga Berjadwal
6.	Express Air	XN	Niaga Berjadwal
7.	Air Asia Indonesia	QZ	Niaga Berjadwal
8.	Air Asia Benhard	AK	Niaga Berjadwal
9.	Malindo Airlines	OD	Niaga Berjadwal
10.	Silk Air	MI	Niaga Berjadwal

Sumber : PT Angkasa Pura II 2018

Sriwijaya Air distrik Bandung melalui anak perusahaannya yaitu NAM Air menjadi penyedia jasa penerbangan yang melayani rute penerbangan Bandung-Surabaya PP dan Bandung-Semarang PP. Ketatnya persaingan antar maskapai penerbangan menuntut mereka untuk mengembangkan strategi bisnis yang baik untuk menarik lebih banyak pengguna layanan penerbangan. Begitu juga dengan maskapai penerbangan Sriwijaya Air, untuk memberikan kepuasan kepada penumpang dengan memberikan pelayanan yang maksimal. Tentu bukanlah hal yang mudah untuk memberikan kepuasan kepada penumpang ditengah persaingan yang kompetitif antar maskapai penerbangan yang beroperasi di Bandara Internasional Husein Sastranegara. Informasi mengenai jumlah penumpang maskapai penerbangan Sriwijaya Air distrik Bandung tahun 2014-2018 dapat dilihat pada Tabel 1.2 berikut

Tabel 1.2
Jumlah Penumpang Sriwijaya Air Distrik Bandung Tahun 2014-2018

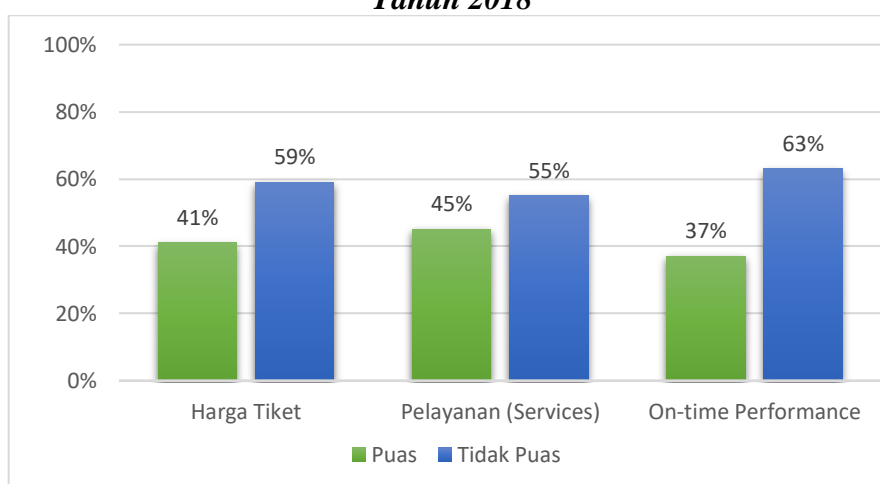
Tahun	Jumlah Penumpang
2014	50.389
2015	36.014
2016	41.825
2017	36.944
2018	34.779

Sumber : Sales Representative Sriwijaya Air Group Bandung 2019

Data pada Tabel 1.2 menunjukkan bahwa perkembangan jumlah penumpang Sriwijaya Air distrik Bandung pada tahun 2015 mengalami penurunan dari tahun 2014 sebesar 39.9% dengan total 36.014 penumpang. Namun, pada tahun 2016 mengalami kenaikan penumpang kembali sebesar 13,9%. Kenaikan yang terjadi pada tahun 2016 tidak terjadi di tahun-tahun selanjutnya, dimana pada tahun 2017 jumlah penumpang kembali mengalami penurunan sebesar 13,2% dan berlanjut di tahun 2018 dengan penurunan sebesar 6,2% dari tahun sebelumnya. Penurunan selama 3 tahun berturut-turut ini tentunya berdampak kepada jumlah pendapatan yang tidak mencapai target dari yang telah ditetapkan oleh Sriwijaya Air distrik Bandung.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan Bapak Rano Kurnia selaku *Sales Representative* Sriwijaya Air Group Bandung menjelaskan bahwa menurunnya jumlah penumpang serta belum tercapainya target penumpang ini diindikasikan oleh pelanggan yang merasa tidak puas terhadap harga yang ditawarkan serta layanan yang diberikan. Permasalahan kepuasan pelanggan tercermin dari hasil survey kepuasan pelanggan yang dilakukan oleh pihak Sriwijaya Air distrik Bandung tahun 2018, menunjukkan bahwa tingkat kepuasan masih relatif rendah. Berikut data survey kepuasan penumpang Sriwijaya Air distrik Bandung tahun 2018 yang disajikan pada Tabel 1.3

Tabel 1.3
Data Survey Kepuasan Pelanggan Penumpang Sriwijaya Air Distrik Bandung Tahun 2018



Sumber : Sales Representative Sriwijaya Air Group Bandung 2019

Berdasarkan data survey kepuasan pelanggan yang dilakukan selama tahun 2018, rata-rata penumpang relatif tidak puas terhadap Sriwijaya Air distrik Bandung. Ketidakpuasan ini terjadi karena beberapa atribut maskapai yang tidak memenuhi ekspektasi, diantaranya harga tiket, pelayanan dan tidak tepatnya waktu (*On-time*) penerbangan. Dari 250 penumpang yang di survey, sebanyak 59% penumpang memberikan respon tidak puas terhadap harga tiket yang ditawarkan. Dari segi pelayanan, sebanyak 55% penumpang Sriwijaya Air distrik Bandung menyatakan belum puas terhadap pelayanan yang diberikan. Ketepatan waktu menjadi penilaian ketiga dimana sebanyak 63% penumpang tidak puas karena sering mengalami keterlambatan.

Menurut *Sales Representative* Sriwijaya Air Group Bandung Bapak Rano Kurnia, ketidakpuasan ini terjadi karena penumpang menginginkan penurunan harga tiket namun menuntut pelayanan yang lebih dari yang sudah dijalankan selama ini. Penumpang pun menuntut agar Sriwijaya Air selalu tepat waktu (*on-time*) terhadap jadwal penerbangan baik itu kedatangan maupun keberangkatan. Ketepatan waktu dalam dunia penerbangan menjadi hal yang sangat sulit untuk dipastikan bagi maskapai penerbangan manapun.

Rendahnya tingkat kepuasan penumpang tidak hanya didasarkan pada hasil survey dari perusahaan saja. Peneliti menemukan berbagai macam *online review* yang diberikan penumpang terhadap kinerja Sriwijaya Air. Salah satu nya terdapat pada *Skytrax*, seperti yang digambarkan pada Gambar 1.2 berikut



Sumber : Diolah dari *Skytrax*, 2019

Gambar 1.2
Kepuasan Penumpang Sriwijaya Air Pada Survey Online Skytrax

Berdasarkan Gambar 1.2, diketahui dari 50 orang yang memberikan ulasan kinerja Sriwijaya Air hanya mendapatkan poin 5 dari 10. Poin yang didapatkan ini mengisyaratkan belum puasnya penumpang terhadap kinerja Sriwijaya Air. Tidak puasnya penumpang tentu memiliki alasan tersendiri. Seperti tanggapan yang diutarakan oleh E. Ertole (Canada) pada tanggal 10 juli 2019, “Perusahaan ini adalah lelucon dan saya tidak akan pernah terbang bersama mereka lagi. Mereka terus mengubah jadwal tanpa memberi tahu para penumpang. Sangat mahal untuk penerbangan domestik di Indonesia”. Lalu ada pula tanggapan dari R. Carpengan pada 1 Februari 2019, “Dengan kurang dari 24 jam menerima pemberitahuan perubahan waktu penerbangan dari 13.35 menjadi 8.40, saya mencoba menghubungi sejumlah nomer dari siang hingga jam 8 malam dan masih tidak dapat menemukan jawaban untuk menyelesaikan situasi saya. Saya berpikir sebagai pelanggan jika diberi alasan yang masuk akal misalnya apakah kondisinya, dll saya masih bisa menerimanya. Tapi ini keterlaluhan alasannya 'dijadwal ulang dari HQ', itu dia! Saya sebagai pelanggan harus membatalkan jadwal kerja saya tanpa alasan yang jelas. Saya merasa ini salah satu pengalaman layanan yang paling tidak memuaskan yang bisa didapatkan pelanggan dengan tidak profesional (tidak ada panggilan balik, saya yang perlu menelepon berkali-kali untuk mengetahui status

saya, tetapi mereka menelepon sekali untuk 'menginformasikan'. Dan yang menjawab itu hanya staf junior yang tidak bisa menjawab apa pun - ini menunjukkan manajemen yang sangat buruk, panggilan berakhir dengan menjanjikan saya akan dipanggil kembali, 5 jam berlalu dan tidak ada panggilan balik). Saya tidak akan merekomendasikan maskapai ini sama sekali !!”.

Online review yang didapatkan pada Skytrax ini menunjukkan bahwa penumpang merasakan ketidakpuasan dari sisi layanan yang diberikan serta harga yang ditetapkan masih terbilang mahal untuk penerbangan domestik. Hal ini memperkuat alasan tidak puasnya penumpang terhadap Sriwijaya Air dan menyebabkan menurunnya jumlah penumpang.

Ketidakpuasan pelanggan ini harus segera diatasi karena hal tersebut akan berdampak pada buruk bagi Sriwijaya Air distrik Bandung. Pemaparan tersebut membuktikan bahwa kepuasan pelanggan memiliki peran penting bagi perusahaan. Karena keberhasilan jangka panjang dari perusahaan mana pun tergantung pada kepuasan pelanggan yang dimiliki oleh perusahaan (Matikiti, Roberts-lombard, and Mpinganjira 2018). Penelitian (Steven, Dong, and Dresner 2012) mengungkapkan bahwa meningkatkan kepuasan pelanggan pada akhirnya mengarah kepada kinerja perusahaan yang lebih baik dan profitabilitas berkelanjutan (Osman and Sentosa 2013). Ketika pelanggan telah merasakan kepuasan atas produk maupun jasa yang telah diberikan perusahaan, maka pelanggan akan melakukan pembelian ulang (Ganita 2019) dan memberi tahu orang lain tentang pengalaman mereka (Ghotbabadi, Feiz, and Baharun 2015). Kepuasan pelanggan yang baik adalah salah satu aset terbesar bagi bisnis penerbangan di lingkungan yang kompetitif saat ini (Namukasa 2015).

Tiga hal penyebab tidak puas nya penumpang yaitu harga, pelayanan dan *on time performance* terhadap Sriwijaya Air distrik Bandung merupakan bagian dari atribut maskapai yang perlu diperhatikan oleh perusahaan, agar ketidakpuasan penumpang ini tidak terus terjadi ditahun selanjutnya. Strategi yang dilakukan oleh Sriwijaya Air distrik Bandung untuk meningkatkan kembali kepuasan penumpang dapat dilakukan dengan menurunkan harga tiket dan tetap memberikan bagasi gratis kepada penumpang meski ada pengurangan kuota. Sriwijaya Air distrik Bandung menerapkan standar pelayanan yang lebih efektif dan efisien dengan menyediakan

fasilitas *web check-in* melalui *website* resmi milik Sriwijaya Air serta menetapkan maksimal waktu *check-in* untuk meminimalisir terjadinya antrian panjang. Penelitian Rendeiro Marti'n-Cejas (2006) mengemukakan bahwa efisiensi dalam waktu prosedur *check in* memberikan dampak yang positif terhadap kepuasan penumpang. Selain itu, para staff selalu melakukan *briefing* terlebih dahulu untuk diberikan arahan tentang bagaimana melayani kebutuhan serta penanganan keluhan penumpang. *On time performance* menjadi hal yang cukup sulit untuk bisa dipastikan. Sriwijaya Air distrik Bandung mencoba mengantisipasi terjadinya keterlambatan penerbangan dengan mengubah jadwal penerbangan sore hari kini dipindahkan di waktu pagi dan siang hari untuk mengurangi terjadinya *delay*. Untuk menarik banyak penumpang, maskapai penerbangan diharapkan mampu memberikan kepuasan kepada penumpang dengan menentukan atribut maskapai yang dianggap penting dan berkontribusi besar (Medina-muñoz, Medina-muñoz, and Suárez-cabrera 2018).

Kepuasan pelanggan mengacu pada sikap dan kesan keseluruhan pelanggan dari penyedia layanan (Xiaoran and Omar 2017). Penelitian terdahulu menyatakan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan diantaranya adalah *perceived value* (Hapsari, Clemes, and Dean 2016), *service quality* (Jahmani 2017; Nr 2018; Shoaib et al. 2018; Gurcan and Beyca 2019) dan *experience* (Ahn, Back, and Barišić 2019). Dalam model penelitian lain menyatakan bahwa atribut maskapai yang terdiri dari *price* (Snyder and College 2014), *on-time departure and arrival* (Yeoh et al. 2011), *ease of reservation* (Saha 2009), *in-flight service* (Lin and Vlachos 2018), *facilities, image* (Khuong, Truc, and Uyen 2014), *ground services* (Medina-muñoz, Medina-muñoz, and Suárez-cabrera 2018), *safety* (Wardhana and Kartawinata 2017) dan *aircraft operation* (S. Kim and Park 2017) pada industri penerbangan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan (Zahari 2011; Lin and Vlachos 2018).

Atribut maskapai diambil dari pemahaman '*Attribute*', merupakan karakteristik yang dimiliki oleh suatu produk yang akan dipilih oleh konsumen (Wardhana and Kartawinata 2017). Pentingnya atribut maskapai telah mendapat banyak perhatian dari para peneliti berbagai bidang pariwisata dan transportasi sebagai faktor yang menciptakan kepuasan penumpang (Kam et al. 2017).

Penelitian (Chao, Lirn, and Shang 2013) mengidentifikasi beberapa atribut yang dianggap penting untuk maskapai penerbangan, yaitu *ticket price and promotional prices, additional charges, service/price ratio, reservation channels and payment methods, flight conditions (schedule, frequency, connections), in-flight service, cabin facilities, ground services, airline operation, professionalism of personnel* dan *airline marketing and strategy*.

Implementasi yang diterapkan Sriwijaya Air distrik Bandung sejalan dengan penelitian (S. Kim and Park 2017) bahwa kepuasan penumpang dapat ditingkatkan dengan atribut maskapai menggunakan beberapa faktor seperti *reservation, ticketing, check-in, baggage handling, cabin facilities, in-flight service, aircraft operation* dan *marketing*. Melalui *reservation*, maskapai Sriwijaya Air menyediakan kemudahan kepada para penumpang ketika melakukan reservasi. Para calon penumpang kini dapat melakukan reservasi tiket dimana pun dan kapan pun melalui *website* resmi milik Sriwijaya Air, *mobile apps* dan berbagai *Online Travel Agent (OTA)* seperti Traveloka, Tiket.com dan OTA lainnya tanpa perlu datang langsung.

Ticketing yang diterapkan oleh Sriwijaya Air distrik Bandung menghadirkan kemudahan dalam metode pembayaran. Baik itu secara tunai, debit/kredit dan berbagai metode pembayaran yang ditawarkan memberikan kenyamanan dan keamanan ketika bertransaksi.

Proses *check-in* yang mudah dan cepat menjadi *standard* operasional bagi Sriwijaya Air distrik Bandung. Sriwijaya Air distrik Bandung mengimplementasikan proses *web check-in*, dimana para penumpang dapat melakukan *check-in* melalui *website* resmi milik Sriwijaya Air tanpa harus mengantri.

Sriwijaya Air distrik Bandung mengimplementasikan *baggage handling* dengan melakukan pengecekan dan memberi tanda pada barang yang akan dibawa ke dalam kabin pesawat. Sebelumnya pemberian tanda tidak dilakukan sehingga sering sekali terjadi penumpang yang tidak taat aturan dengan membawa barang bawaan berlebih untuk dibawa ke dalam kabin pesawat. Selain itu, Sriwijaya Air distrik Bandung mengimplementasikan pengantaran barang penumpang yang tertinggal secara langsung atau melalui jasa antar barang tanpa dipungut biaya.

Sriwijaya Air selalu mengutamakan kebersihan yang baik didalam kabin pesawat. Tempat duduk yang nyaman terutama untuk kelas bisnis, jarak kursi yang lebih leluasa memberikan kenyamanan kepada para penumpang selama berada didalam pesawat.

In-flight service yang ditawarkan Sriwijaya Air kini menghadirkan fasilitas hiburan di pesawat bernama *SJ-Inflight Entertainment*. Penumpang kini bisa mengakses beragam konten seperti film, musik, *games*, program anak-anak, berita, *e-magazine*, hingga fitur *chat* antar penumpang di atas ketinggian 35.000 kaki.

Aircraft operation yang diterapkan Sriwijaya Air distrik Bandung menjamin kepada semua penumpang dalam hal keselamatan penerbangan. Sriwijaya Air terus melakukan pengembangan terhadap teknologi pesawat. Selain itu, kerja sama yang dilakukan dengan Garuda Indonesia menjadi langkah strategis bagi Sriwijaya Air untuk meningkatkan pelayanan kepada pelanggan, serta sebagai upaya peningkatan standar keselamatan penerbangan, efisiensi dan optimalisasi perusahaan.

Implementasi marketing Sriwijaya Air distrik Bandung tidak hanya menyediakan program SJ Travel Pass saja untuk program *membership*, kini penumpang Sriwijaya Air bisa memperoleh dan menggunakan Garuda Miles. Hal ini merupakan hasil dari kerja sama Sriwijaya Air dengan Garuda Indonesia. Sehingga, ketika penumpang terbang menggunakan Sriwijaya Air atau NAM Air akan terhitung sebagai *tier miles*.

Berdasarkan latar belakang permasalahan tersebut, untuk mengatasi masalah dan meningkatkan kepuasan pelanggan dengan menilai pengaruh dari *Atribut Maskapai* yang ada di Sriwijaya Air maka penting dilakukan sebuah penelitian mengenai **“Pengaruh Atribut Maskapai Terhadap Kepuasan Penumpang** (Survey terhadap Penumpang Maskapai Sriwijaya Air Distrik Bandung)”

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang maka dapat di rumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran Atribut Maskapai Sriwijaya Air distrik Bandung
2. Bagaimana gambaran Kepuasan Penumpang Sriwijaya Air distrik Bandung

3. Bagaimana pengaruh Atribut Maskapai terhadap Kepuasan Penumpang Sriwijaya Air distrik Bandung

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk memperoleh hasil temuan mengenai:

1. Gambaran Atribut Maskapai Sriwijaya Air distrik Bandung.
2. Gambaran Kepuasan Penumpang Sriwijaya Air distrik Bandung.
3. Pengaruh Atribut Maskapai terhadap Kepuasan Penumpang Sriwijaya Air distrik Bandung.

1.4. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan baik secara teoritis maupun praktis.

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam aspek praktis dan aspek teoritis dalam manajemen pemasaran pariwisata khususnya pada bidang manajemen pemasaran destinasi dan memberikan masukan untuk dijadikan pertimbangan dalam menyelesaikan permasalahan yang berkaitan dengan pengaruh atribut maskapai terhadap peningkatan kepuasan penumpang.

2. Kegunaan Praktis

Secara praktis diharapkan penelitian ini dapat berguna sebagai bahan masukan bagi pelaku bisnis khususnya pada industri penerbangan Sriwijaya Air distrik Bandung, sehingga masukan tersebut berguna sebagai bahan pertimbangan bagi pembuat kebijakan dalam memecahkan masalah yang berkaitan dengan atribut maskapai dalam upaya meningkatkan kepuasan penumpang.