



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN MASKAPAI LION AIR
PT LION MENTARI AIRLINES
(Studi Pada Penumpang Lion Air Rute Semarang – Jakarta)**

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan Pendidikan Strata I

**Departemen Administrasi Bisnis
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Diponegoro**

Penyusun :

Raisa Crismonita

14020216120037

**DEPARTEMEN ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2020**

**SURAT PERNYATAAN
KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI)**

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Raisa Crismonita
NIM : 14020216120037
Departemen : Administrasi Bisnis
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang saya susun dengan judul :

**Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek terhadap Keputusan
Penggunaan Maskapai Lion Air PT Lion Mentari Airlines
(Studi pada Penumpang Lion Air Rute Semarang – Jakarta)**

Adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat dari skripsi atau karya ilmiah orang lain. Apabila di kemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaannya).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Semarang, 07 September 2020

Pembuat Pernyataan,



Raisa Crismonita
NIM 14020216120037

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek terhadap Keputusan Penggunaan Maskapai Lion Air PT Lion Mentari Airlines (Studi pada Penumpang Lion Air Rute Semarang – Jakarta)

Nama : Raisa Crismonita

NIM : 14020216120037

Departemen : Administrasi Bisnis

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata I pada Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.



Dekan

Dr. Harli Warsono, M.T.P.

NIP. 19640827 199001 1 001

Semarang, September 2020

Wakil Dekan I

Dr.Drs.Teguh Yuwono, M.Pol.Admin

NIP. 19690822 199403 1 003

Dosen Pembimbing

1. Dra. Apriatni Endang Prihatini, M.Si

(..... )

Dosen Penguji

1. Widayanto, S.Sos, M.Si

(..... )

2. Prof. Dr. Dra. Ari Pradhanawati, M.S

(..... )

3. Dra. Apriatni Endang Prihatini, M.Si

(..... )

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

لِلنَّاسِ أَنْفَعُهُمُ النَّاسِ خَيْرٌ

“Sebaik-baik manusia adalah yang paling bermanfaat bagi manusia”

-HR.Ahmad, Ath-Thabrani, ad-Daruqutni

Puji syukur kehadirat Allah SWT, skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Mamah dan Papah yang setiap saat memberikan doa, semangat, dan kasih sayangnya. Semoga saya bisa membanggakan kalian.
2. Adik – adik yang selalu memberi warna di rumah.
3. Choirul Ibnu as my partner yang sangat menyebalkan. Terimakasih sudah menjadi partner yang sabar.
4. Funtastic, teman mainku sedari SMA. Ira, Karin, Tari, Dinda, Della, Shinta, Rahmat, Nanda, TB, Atur & Dicky. Semangat buat meraih gelar masing – masing. Sukses selalu.
5. Syifaa, Rifa, Ody, Cintya, May, Sipit, & Nupi yang telah menjadi teman baik selama menjadi anak kos. Semangat buat kalian.
6. HMJ Administrasi Bisnis, khususnya BPH PILAR Generasi Bersekrepsi yang telah memberikan kesempatan saya untuk belajar dan mendapatkan banyak pengalaman. Kalian sangat luar biasa.
7. Keluarga Administrasi Bisnis 2016, partner danus KKL yang sangat gigih jualan ini itu. You all amazing.
8. Teman-teman seperbimbingan Bu Apri, Sabrina, Rani, Dendy, Reva, Laela & Juvella yang saling memberi semangat dan mendukung satu sama lain.

9. Bu Apri, dosen pembimbing paling cantik dan luar biasa, terimakasih telah banyak membantu saya.
10. KKN Tim II Ds. Coprayan. Terimakasih untuk cerita dan kenangannya, sukses untuk kita semua.
11. Semua teman-teman terdekat yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terima kasih atas bantuan dan dukungannya selama ini.

**Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek
Terhadap Keputusan Penggunaan Maskapai Lion Air
PT Lion Mentari Airlines
(Studi Pada Penumpang Lion Air Rute Semarang – Jakarta)**

ABSTRAK

Hadirnya penerbangan berbiaya rendah atau Low Cost Carrier (LCC) banyak diminati oleh masyarakat Indonesia, maskapai yang menjadi pelopor penerbangan LCC yaitu maskapai Lion Air. Namun, hasil Top Brand Index (TBI) kategori *Airlines* menunjukkan bahwa persentase TBI mengalami penurunan. Hasil *On Time Performance* (OTP) yang menjadi tolak ukur ketepatan waktu penerbangan menunjukkan bahwa persentase OTP semakin menurun.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan citra merek terhadap keputusan penggunaan maskapai Lion Air. Tipe penelitian ini adalah *explanatory research* dan pengambilan sample menggunakan teknik *nonprobability sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif dan kualitatif dengan uji validitas, reabilitas, uji normalitas, koefisien korelasi, koefisien determinasi, regresi sederhana dan berganda, signifikansi uji t dan uji F.

Hasil penelitian ini menunjukkan koefisien korelasi variabel kualitas pelayanan dan citra merek terhadap keputusan penggunaan memiliki pengaruh yang kuat. Namun, kedua variabel independen tersebut belum dapat dikatakan sangat baik karena terdapat persepsi negatif dari responden. Maskapai Lion Air harus meningkatkan kualitas pelayanan dengan perbaikan internal perusahaan. Kemudian untuk meningkatkan citra merek, perusahaan harus meningkatkan tanggung jawab atas permasalahan yang terjadi dan komunikasi untuk memperkuat brand lion air .

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Citra Merek, Keputusan Penggunaa

**The Influence of Service Quality and Brand Image on Using
Decisions of Lion Air Airlines PT Lion Mentari Airlines
(Study of Passangers Semarang – Jakarta)**

ABSTRACT

The existence of low-cost airlines or Low Cost Carrier (LCC) is much in demand by the public, one of airlines as a pioneer of the LCC flights is Lion Air Airlines. However, the results of the Top Brand Index (TBI) in the Airlines category showed that the percentage of TBI had decreased. The results of On Time Performance (OTP), which serves as a benchmark for flight timeliness, show that the percentage is decreasing.

This study aims to determine the effect of service quality and brand image on the decision to use the Lion Air airline. This type of research is explanatory research and sampling using nonprobability sampling techniques. Data collection techniques using a questionnaire. The sample used was 100. This study uses quantitative and qualitative analysis with validity, reliability, normality test, correlation coefficient, determination coefficient, simple and multiple regression, significance of t test and F test.

The results of this study indicate that correlation coefficient of service quality variables and brand image on using decisions has a strong relationship. However, the two independent variables cannot be said excellent because there are negative perceptions from respondents. Therefore, the Lion Air airline must improve the quality of service with internal company repairs. Then to improve brand image, companies must increase responsibility and communication to strengthen the brand of Lion Air.

Keywords: Service Quality, Brand Image, Using Decisions

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI)	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Kegunaan Penelitian	13
1.5 Kerangka Teori	14
1.5.1 Pemasaran	14
1.5.2 Kualitas Pelayanan.....	22
1.5.3 Merek	25
1.5.4 Perilaku Konsumen.....	30
1.5.5 Keputusan Penggunaan.....	31
1.5.6 Proses Pengambilan Keputusan	31
1.6 Pengaruh Antar Variabel.....	34
1.6.1 Pagaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan	34
1.6.2 Pengaruh citra merek terhadap keputusan penggunaan.....	35
1.6.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek Terhadap Keputusan Penggunaan	35
1.7 Kajian Empiris	36
1.8 Hipotesis Penelitian	38
1.9 Definisi Konsep	39
1.9.1 Kualitas Pelayanan.....	39
1.9.2 Citra Merek	40
1.9.3 Keputusan Penggunaan.....	40
1.10 Definisi Operasional	40

1.10.1	Kualitas Pelayanan.....	40
1.10.2	Citra Merek	42
1.10.3	Keputusan Penggunaan	42
1.11	Metode Penelitian	43
1.11.1	Tipe Penelitian	43
1.11.2	Populasi dan Sampel Penelitian	43
1.11.2.1	Populasi.....	43
1.11.2.2	Sampel.....	43
1.11.3	Teknik Pengambilan Sampel	44
1.11.4	Jenis dan Sumber Data.....	45
1.11.4.1	Jenis data.....	45
1.11.4.2	Sumber Data.....	45
1.11.5	Skala Pengukuran.....	45
1.11.6	Teknik Pengumpulan Data.....	47
1.11.7	Teknik Pengolahan Data	47
1.11.8	Teknik Analisis	48
1.11.8.1	Analisa Kualitatif.....	48
1.11.8.2	Analisa Kuantitatif.....	48
BAB II	GAMBARAN UMUM MASKAPAI LION AIR PT LION MENTARI AIRLINES	53
2.1	Sejarah PT Lion Mentari Airlines.....	53
2.2	Visi dan Misi.....	55
2.2.1	Visi.....	55
2.2.2	Misi	56
2.3	Logo Lion Air	56
2.4	Armada dan Rute Penerbangan Lion Air.....	57
2.5	Struktur Organisasi PT. Lion Air Mentari Airlines.....	61
2.6	Identitas Responden	63
2.6.1	Responden berdasarkan Usia	64
2.6.2	Responden berdasarkan Pendidikan	64
2.6.3	Responden berdasarkan Pekerjaan.....	65
2.6.4	Responden berdasarkan Penghasilan per Bulan	66
2.6.5	Responden berdasarkan Pengeluaran per Bulan	66

BAB III PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN MASKAPAI LION AIR PT. LION MENTARI AIRLINES (Studi Kasus pada Penumpang Lion Air Rute Semarang – Jakarta)		68
3.1	Uji Validitas, Realibilitas dan Uji Normalitas	68
3.1.1	Uji Validitas	69
3.1.2	Uji Realibilitas	73
3.1.3	Uji Asumsi Klasik.....	75
3.2	Analisis dan Hasil Intrepetasi Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek Terhadap Keputusan Penggunaan	79
3.2.1	Persepsi Responden terhadap Kualitas Pelayanan (X1)	79
3.2.2	Persepsi Terhadap Citra Merek.....	104
3.2.3	Persepsi Responden Terhadap Keputusan Penggunaan.....	115
3.3	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Penggunaan	124
3.3.1	Analisis Tabulasi Silang Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Penggunaan	124
3.3.2	Uji Koefisien Korelasi Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Penggunaan	125
3.3.3	Koefisien Determinasi (R^2).....	126
3.3.4	Regresi Linier Sederhana	126
3.3.5	Uji t	128
3.4	Analisis Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Penggunaan	130
3.4.1.	Analisis Tabulasi Silang Citra Merek terhadap Keputusan Penggunaan	130
3.4.2.	Koefisien Korelasi Citra Merek terhadap Keputusan Penggunaan.....	131
3.4.3.	Koefisien Determinasi (R^2).....	132
3.4.4.	Regresi Linear Sederhana	133
3.4.5.	Uji t	134
3.5	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek terhadap Keputusan Penggunaan	136
3.5.1.	Uji Korelasi Kualitas Pelayanan dan Citra Merek terhadap Keputusan Penggunaan	136
3.5.2.	Koefisien Determinasi (R^2).....	137
3.5.3.	Regresi Linier Berganda	138
3.5.4.	Uji F	139
3.6	Pembahasan.....	142

BAB IV PENUTUP.....	147
4.1 Kesimpulan	147
4.2 Saran	148
DAFTAR PUSTAKA	150
LAMPIRAN.....	152

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Frekuensi penerbangan langsung Maskapai Lion Air pada bandara Ahmad Yani Semarang	7
Tabel 1.2	Top Brand Index kategori Airlines.....	8
Tabel 1.3	On Time Performance (OTP)	10
Tabel 1.4	Penelitian Terdahulu	36
Tabel 1.5	Interprestasi Koefisien Korelasi Nilai r	50
Tabel 1.6	Pengambilan Keputusan Ada Tidaknya Autokorelasi	52
Tabel 2.1	Jenis Pesawat Maskapai Lion Air	58
Tabel 2.2	Usia Responden	64
Tabel 2.3	Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	65
Tabel 2.4	Pekerjaan Responden	65
Tabel 2.5	Penghasilan Responden	66
Tabel 2.6	Pengeluaran per Bulan	67
Tabel 3.1	Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X1)	70
Tabel 3.2	Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek (X2)	72
Tabel 3.3	Hasil Uji Validitas Keputusan Penggunaan (Y).....	73
Tabel 3.4	Hasil Uji Reliabilitas	74
Tabel 3.5	Pengujian Multikolinearitas	77
Tabel 3.6	Kualitas Pesawat yang digunakan	81
Tabel 3.7	Kemudahan dalam Pembelian Tiket	81
Tabel 3.8	Rute Penerbangan yang sesuai dengan Kebutuhan Penumpang	82
Tabel 3.9	Penyampaian Safety Demo Mudah Dimengerti	83
Tabel 3.10	Keberangkatan Pesawat Tepat Waktu Sesuai Jadwal	84
Tabel 3.11	Tersedianya Berbagai Fasilitas untuk Chek in	85
Tabel 3.12	Penanganan barang yang hilang atau rusak	86
Tabel 3.13	Awak Kabin Menyampaikan Informasi Dengan Jelas	87
Tabel 3.14	Kesediaan dan Kemampuan Karyawan Untuk Membantu Penumpang	88
Tabel 3.15	Petugas Cepat Tanggap Dalam Menangani Masalah	89
Tabel 3.16	Karyawan Melakukan Pekerjaan dengan Baik	91
Tabel 3.17	Keramahan dan Kesopanan Pekerja Kepada Penumpang	92
Tabel 3.18	Kedisiplinan Petugas Saat Menjalankan Tugas	93
Tabel 3.19	Pramugari Memahami Permasalahan Penumpang	94
Tabel 3.20	Petugas Mengutamakan Kepentingan Penumpang	94
Tabel 3.21	Petugas Berpenampilan Rapih	96
Tabel 3.22	Kebersihan di Dalam Kabin Pesawat	96
Tabel 3.23	Kesejukan Di Dalam Pesawat	97
Tabel 3.24	Kenyamanan Tempat Duduk di Dalam Pesawat	98

Tabel 3.25	Kebersihan Toilet Pesawat	99
Tabel 3.26	Rata – Rata Jawaban Responden Mengenai Variabel Kualitas Pelayanan	100
Tabel 3.27	Kategori Interval Kualitas Pelayanan	103
Tabel 3.28	Distribusi Kategorisasi Kualitas Pelayanan	104
Tabel 3.29	Logo Lion Air Mudah dikenali	106
Tabel 3.30	Mengenali <i>Tagline</i> Lion Air.....	107
Tabel 3.31	Nama Baik Perusahaan	108
Tabel 3.32	Maskapai Bertarif Rendah	109
Tabel 3.33	Banyaknya Pilihan Rute Penerbangan.....	110
Tabel 3.34	Tanggung jawab Perusahaan atas Permasalahan yang Terjadi	111
Tabel 3.35	Rata – Rata Jawaban Responden Mengenai Variabel Citra Merek	111
Tabel 3.36	Kategori Interval Citra Merek	114
Tabel 3.37	Distribusi Kategorisasi Citra Merek	114
Tabel 3.38	Jasa Yang Diberikan Sesuai Dengan Kebutuhan Konsumen ...	115
Tabel 3.39	Jangka Waktu Yang Dibutuhkan Untuk Menentukan Pilihan ..	116
Tabel 3.40	Lion Air Dijadikan Prioritas Pilihan	117
Tabel 3.41	Perasaan Setelah Menggunakan Jasa Maskapai Lion Air	118
Tabel 3.42	Konsumen Akan Merekomendasikan Lion Air Kepada Orang Lain	120
Tabel 3.43	Rata – Rata Jawaban Responden Mengenai Variabel Keputusan Penggunaan	120
Tabel 3.44	Ketegorisasi Interval Keputusan Penggunaan	122
Tabel 3.45	Distribusi Kategorisasi Keputusan Penggunaan	123
Tabel 3.46	Tabulasi Silang Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Penggunaan	124
Tabel 3.47	Hasil Uji Korelasi Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Penggunaan	125
Tabel 3.48	Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Penggunaan	126
Tabel 3.49	Tabulasi Silang Citra Merek terhadap Keputusan Penggunan	130
Tabel 3.50	Hasil Uji Korelasi Citra Merek terhadap Keputusan Penggunaan	131
Tabel 3.51	Hasil Uji Regresi Linear Sederhana <i>Coefficients</i> Citra Merek	132

	Terhadap Keputusan Penggunaan	
Tabel 3.52	Hasil Uji Koefisien Korelasi Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek terhadap Keputusan Penggunaan	136
Tabel 3.53	Hasil Uji Regresi Linier Berganda Citra Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Penggunaan	138
Tabel 3.54	Uji F Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek terhadap Keputusan Penggunaan	140

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Proses pembentukan positioning	19
Gambar 1.2	Proses pengambilan keputusan konsumen	30
Gambar 1.3	Kerangka Penelitian	36
Gambar 1.4	Kurva Uji t (<i>One Tail</i>)	51
Gambar 1.5	Kurva Uji F	52
Gambar 2.1	Logo Lion Air	56
Gambar 2.2	Struktur organisasi PT. Lion Mentari Airlines	61
Gambar 3.1	Uji Normalitas	75
Gambar 3.2	Uji Heteroskedastisitas	78
Gambar 3.3	Uji t (one tail) Variabel Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Penggunaan	129
Gambar 3.4	Uji t (one tail) Variabel Citra Merek terhadap Keputusan Penggunaan	135
Gambar 3.3	Pengujian Hipotesis dengan F-Test antara Kualitas Pelayanan dan Citra Merek terhadap Keputusan Penggunaan	141