

**ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP JASA  
PENERBANGAN MASKAPAI LION AIR  
DI JAKARTA TIMUR**

*ANALYSIS OF CONSUMER ATTITUDES TOWARD AIRLINE  
LION AIR FLIGHT SERVICES IN EAST JAKARTA*



**PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS DARMA PERSADA  
JAKARTA**

**2020**

**ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP JASA PENERBANGAN  
MASKAPAI LION AIR DI JAKARTA TIMUR  
*ANALYSIS OF CONSUMER ATTITUDES TOWARD AIRLINE  
LION AIR FLIGHT SERVICES IN EAST JAKARTA***

Oleh

**Munawar Rosid**

**2015410130**

**SKRIPSI**

**Untuk Memenuhi Salah Satu Ujian Guna Memperoleh Gelar Sarjana Dalam Ilmu  
Ekonomi Program Studi Manajemen Pada Universitas Darma Persada**

**Jakarta,.....2020**



Resa Nurlaela Anwar, SE, MM  
Pembimbing

Drs. Fauzi Baisyir  
Penguji I

Ellena Nurfazria H., SE, MM  
Penguji II

Resa Nurlaela Anwar, SE, MM  
Penguji III

Mu'man Nuryana, Ph.D.  
Dekan Fakultas Ekonomi

Dian A. Rahim, SE, Msi.  
Ketua Jurusan Manajemen

## LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Munawar Rosid

NIM : 2015410130

Jurusan / Peminatan : Manajemen / Manajemen Pemasaran

Fakultas : Ekonomi

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis dengan judul **ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP JASA PENERBANGAN MASKAPAI LION AIR DI JAKARTA TIMUR (SURVEY PADA CUSTOMER PENERBANGAN LION AIR DI KOTA JAKARTA TIMUR)** yang dibimbing oleh Ibu Resa Nurlaeala Anwar, SE, MM adalah benar merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan jiplakan dari hasil karya tulis orang lain. Apabila dikemudian hari ternyata ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia mempertanggungjawabkannya. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, ..... 2020

Munawar Rosid

NIM : 2015410130

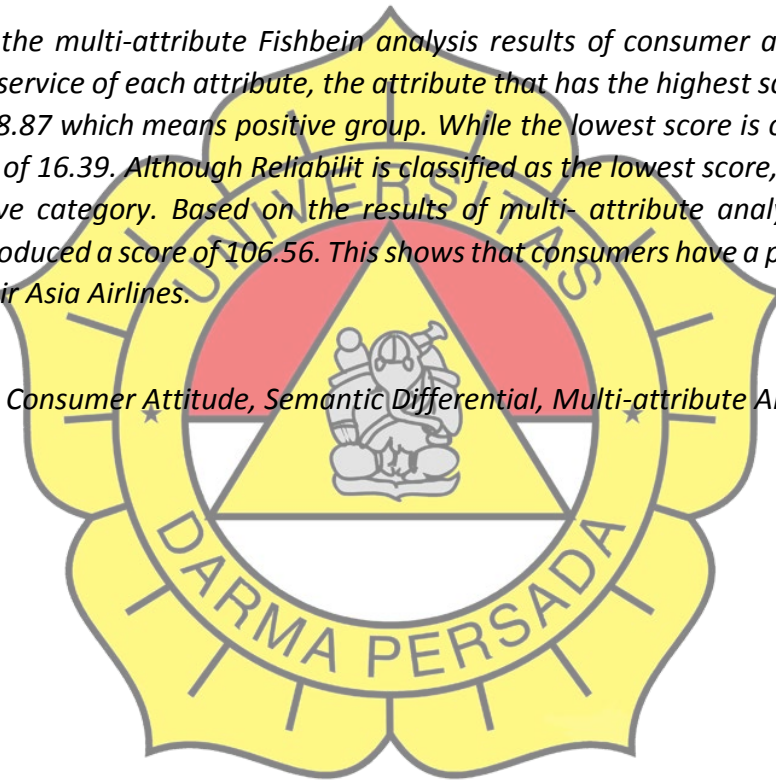
## ABSTRACT

*Name: Munawar Rosid, NIM: 2015410130, Title: Fishbein Multi-attribute Analysis of Consumer Attitudes Toward Airline Lion Air Services In East Jakarta. Field of Science: Marketing Management, under guidance: Reza Nurlaela Anwar, SE, MM.*

*The purpose of this study was to determine which variables (Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty, Tangibles, Price) were the most dominant influencing consumers to use the services of Lion Air Airlines in East Jakarta. The research method used was descriptive with a sample of 100 people, using purposive sampling technique. Data analysis using fishbein, Semantic differential. The results showed that the most dominant variable affecting consumers using Lion Air Airlines in East Jakarta is: Empahty.*

*Based on the multi-attribute Fishbein analysis results of consumer attitudes on the quality of service of each attribute, the attribute that has the highest score is Empathy which is 18.87 which means positive group. While the lowest score is on the attribute Reliability of 16.39. Although Reliability is classified as the lowest score, it still falls into the positive category. Based on the results of multi-attribute analysis of Lion Air Airlines produced a score of 106.56. This shows that consumers have a positive attitude towards Air Asia Airlines.*

*Keywords: Consumer Attitude, Semantic Differential, Multi-attribute Analysis, Fishbein.*



## ABSTRAK

Nama : Munawar Rosid, NIM : 2015410130, Judul : Analisis Multiatribut Fishbein Terhadap Sikap Konsumen Pada Jasa Penerbangan Maskapai Lion Air di Jakarta Timur. Bidang Ilmu : Manajemen Pemasaran, di bawah bimbingan : Resa Nurlaela Anwar, SE, MM.

Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui variabel mana (*Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty, Tangibles, Price*) yang paling dominan mempengaruhi konsumen untuk menggunakan jasa Penerbangan Maskapai Lion Air di Jakarta Timur. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan sampel sebanyak 100 orang, menggunakan teknik purposive sampling. Analisis data menggunakan fishbein, *Semantic differential*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel yang paling dominan mempengaruhi konsumen menggunakan jasa Penerbangan Maskapai Lion Air di Jakarta Timur adalah: *Emathy*.

Berdasarkan multiatribut Fishbein hasil analisis Sikap konsumen atas kualitas pelayanan tiap atribut, dihasilkan atribut yang memiliki skor tertinggi yaitu *Emphaty* sebesar 18,87 yang artinya golongan positif. Sedangkan skor terendah terdapat pada atribut *Reliability* sebesar 16,39. Meskipun *Reliability* tergolong ke dalam skor yang paling rendah namun tetap masuk ke dalam kategori positif. Berdasarkan hasil analisis multiatribut masakapai penerbangan Lion Air dihasilkan skor 106,56. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen memiliki sikap yang positif terhadap pelayanan Masakapai Lion Air.

Kata Kunci : Sikap Konsumen, Semantic Differential, Analisis Mutiatribut, *Fishbein*.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “**Analisis Sikap Konsumen Terhadap Jasa Penerbangan Maskapai Lion Air di Jakarta Timur**”. Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.

Penulis menyadari bahwa sepenuhnya penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan yang disebabkan oleh terbatasnya kemampuan penulis dalam menyerap semuailmu yang diterima. Penulis berusaha semaksimal mungkin untuk menyajikan skripsi ini kepada pembaca sehingga memberikan manfaat bagi para pembaca. Dalam proses penyelesaian skripsi ini tidak akan dapat terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada berbagai pihak, diantaranya yang terhormat :

1. Ibu Resa Nurlaela A., SE, MM selaku dosen pembimbing yang telah membantu dan membimbing penulis dalam penyelesaian skripsi ini,
2. Untuk kedua orang tua tercinta, Bapak Sunardi dan Ibu Aisyah yang tidak pernah lelah untuk selalu memberikan do'a dan semangat yang luar biasa,
3. Bapak Mu'man Nuryana, Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada, Ibu Dian Anggraeny Rahim S.E., M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen
4. Bapak/Ibu Dosen yang selama ini telah memberikan ilmu yang bermanfaat serta seluruh Staff Pegawai Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada yang telah banyak membantu penulis,

5. Untuk teman-teman kelas reguler malam Manajemen 2015, anggota grup PNS dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini, sehingga dapat terselesaikan dengan baik.

Demikian laporan skripsi ini dibuat, saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan. Semoga laporan ini bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi pihak yang membutuhkan.

Jakarta, 10 Mei 2020

Penulis,



Munawar Rosid

## DAFTAR ISI

	Halaman
JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
ABSTRAK.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi, Pembatasan, dan Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
<b>BAB II LANDASAN TEORI, PENELITIAN SEBELUMNYA DAN KERANGKA PEMIKIRAN</b>	
2.1 Pemasaran.....	11
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	12
2.1.2 Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ).....	14
2.2 Produk.....	17
2.2.1 Klasifikasi Produk.....	18
2.2.2 Atribut Produk.....	20
2.3 Harga.....	22
2.3.1 Pengertian Harga.....	22
2.3.2 Tujuan Penetapan Harga.....	23
2.3.3 Metode Penetapan Harga.....	25
2.3.4 Dimensi Harga.....	27
2.4 Perilaku Konsumen.....	28
2.3.1 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	29

2.5 Sikap Konsumen.....	39
2.4.1 Karakteristik Sikap Konsumen .....	40
2.4.2 Komponen Sikap.....	42
2.4.3 Fungsi Sikap.....	43
2.4.4 Model Sikap Multiatribut Fisbein .....	45
2.6 Penelitian Terdahulu.....	47
2.7 Kerangka Pemikiran .....	53

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

3.1 Metode Yang Digunakan .....	56
3.1.1 Metode Penelitian .....	56
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	57
3.3 Populasi dan Sampel.....	57
3.4 Operasional Variabel.....	59
3.5 Sumber dan Cara Penentuan Data .....	65
3.6 Teknik Pengumpulan Data .....	66
3.7 Rancangan Analisis .....	71
3.7.1 Uji Keabsahan Data .....	71
3.7.1 <i>The Attitude Toward Object Model</i> .....	73
3.7.1 Diagram kartesius .....	76
3.7.1 <i>Semantic Differential</i> .....	77

### **BAB IV ANALISIS DAN PEMAHASAN**

4.1 Sejarah Perusahaan .....	79
4.1.1 Gambaran Umum Responden .....	82
4.2 Uji Keabsahan Data.....	89
4.2.1 Uji Validitas Lion Air .....	89
4.2.2 Uji Reliabilitas.....	90
4.3 Pembahasan.....	92
4.3.1 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Lion Air .....	92
4.3.2 Rata - Rata Perindikator .....	130
4.4 Analisis Multiatribut Fishbein .....	134

4.4.1 Sikap Konsumen Tiap Atribut Lion Air.....	135
4.4.2 Sikap Konsumen Terhadap Lion Air .....	140
4.5 Diagram Cartesius.....	141
4.5.1 Diagram Cartesius Lion Air .....	141
4.6 Semantic Differential .....	146
4.6.1 Semantic Differential Lion Air.....	146

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan .....	153
5.2 Saran .....	155



## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Kecelakaan / Insiden Maskapai Penerbangan Lion Air.....	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	48
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	61
Tabel 3.2 Skala Likert Tingkat Kepentingan.....	71
Tabel 3.3 Rentang Skala.....	72
Tabel 4.1 Persentasi Responden Berdasarkan Alamat Responden.....	83
Tabel 4.2 Persentase Responden Berdasarkan Tingkat Usia.....	84
Tabel 4.3 Persentasi Responden Brdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir.....	85
Tabel 4.4 Persentasi Responden Brdasarkan Pendapatan Perbulan.....	86
Tabel 4.5 Persentasi Responden Brdasarkan Pengeluaran Perbulan.....	86
Tabel 4.6 Persentasi Responden Brdasarkan Status Pekerjaan.....	87
Tabel 4.7 Persentasi Responden Brdasarkan Seringnya dalam menggunakan Jasa Penerbanagan Lion Air.....	88
Tabel 4.8 Uji Validitas Lion Air.....	89
Tabel 4.9 Uji Reliabilitas Dari Indikator Evaluasi.....	91
Tabel 4.10 Uji Reliabilitas Dari Indikator Kepercayaan.....	91
Tabel 4.11 Kemudahan Dalam Mendapatkan Tiket.....	92
Tabel 4.12 Informasi Mengenai Jadwal Penerbangan.....	93
Tabel 4.13 Ketepatan Waktu Keberangkatan.....	94
Tabel 4.14 Kecepatan Dalam Pelayanan.....	95
Tabel 4.15 Kopersasi Dalam Keterlambatan.....	96
Tabel 4.16 Cepat Tanggap Dalam Mengatasi Keluhan.....	98
Tabel 4.17 Kepastian Dalam Mendapatkan Tempat Duduk.....	99
Tabel 4.18 Keamanan Dan Kenyamanan.....	100
Tabel 4.19 Keamanan Bagasi.....	101
Tabel 4.20 Perhatian Terhadap Penumpang.....	102

Tabel 4.21 Suara Yang Jelas di Kabin.....	103
Tabel 4.22 Menginformasikan Keadaan Cuaca.....	104
Tabel 4.23 Memiliki Kenyamanan Tempat Duduk.....	105
Tabel 4.24 Menjaga Kerapian Ruang Pesawat.....	106
Tabel 4.25 Ramah Terhadap Penumpang.....	107
Tabel 4.26 Harga Tiket Yang Terjangkau.....	108
Tabel 4.27 Banyak Memberikan Promosi.....	109
Tabel 4.28 Tiket Kompetitif Dengan Maskapai Lain.....	110
Tabel 4.29 Memberikan Dalam Mendapatkan Tiket.....	111
Tabel 4.30 Menginformasikan Jadwal Keberangkatan.....	112
Tabel 4.31 Memberikan Ketepatan Waktu Keberangkatan.....	113
Tabel 4.32 Pelayanan Yang Cepat Saat Cek in.....	114
Tabel 4.33 Memberikan Kompensasi Jika Terjadi <i>Delay</i> .....	115
Tabel 4.34 Cepat Tanggap Dalam Menyelasaikan Masalah.....	117
Tabel 4.35 Kepastian Dalam Mendapatkan Tempat Duduk.....	118
Tabel 4.36 Bertannggung Jawab Atas Keamanan Dan Kenyamanan.....	119
Tabel 4.37 Bertanggung Jawab Dengan Keamanan Bagasi.....	120
Tabel 4.38 Memberikan Perhatian Saat Transit.....	121
Tabel 4.39 Instruksi Terdengar Jelas.....	122
Tabel 4.40 Informasi Keadaan Cuaca.....	123
Tabel 4.41 Memiliki Kenyamanan Seat.....	125
Tabel 4.42 Kerapian Ruang Pesawat.....	126
Tabel 4.43 Bersikap Ramah Dengan Peumpang.....	127
Tabel 4.44 Harga Tiket yang Terjangkau.....	128
Tabel 4.45 Banyak Memberikan Promosi.....	129
Tabel 4.46 Harga Tiket Sangat Kompetitif.....	130
Tabel 4.47 Rentanag Skala Evaluasi.....	131
Tabel 4.48 Rentang Skala Kepercayaan.....	131
Tabel 4.49 Rata Rata Indikator Evaluasi.....	131

Tabel 4.50 Rata Rata Indikator Kepercayaan.....	133
Tabel 4.51 Range Nilai Standard Sikap.....	134
Tabel 4.52 Skala Intreprtasi Tiap Atribut.....	135
Tabel 4.53 Skor Sikap Terhadap Keandalan.....	136
Tabel 4.54 Skor Sikap Terhadap Responsif.....	136
Tabel 4.55 Skor Sikap Terhadap Jaminan.....	137
Tabel 4.56 Skor Sikap Terhadap Empati.....	138
Tabel 4.57 Skor Sikap Tehadap Tangibles.....	138
Tabel 4.58 Skor Sikap Terhadap Harga.....	139
Tabel 4.59 Skala Intrepretasi Sikap.....	140
Tabel 4.60 Skor Sikap Total.....	140
Tabel 4.61 Urutan Skor Sikap.....	141
Tabel 4.62 Nilai Rataan Evaluasi Dan Kepercayaan.....	142



## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Jumlah Penumpang Transportasi Udara Dari Tahun Ke Tahun....	2
Gambar 1.2 Data Produksi Penumpang Maskapai Penerbangan Domestik.....	3
Gambar 1.3 Tingkat Ketepatan Waktu Maskapai Penerbangan Domestik .....	4
Gambar 2.1 Empat Komponen dalam Bauran Pemasaran Barang .....	16
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	55
Gambar 3.1 Diagram Kartesius.....	76
Gambar 4.1 Diagram Kartesius Dari Hasil Kepercayaan Dan Evaluasi Lion Air.....	144
Gambar 4.2 Perbandingan Antara Evlauasi Dan Kepercayaan.....	147

