



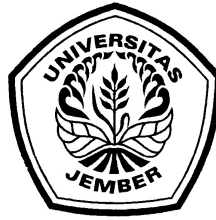
**PENENTUAN STRATEGI PEMASARAN BERDASARKAN
PENILAIAN TINGKAT KEPENTINGAN DAN KINERJA
KUALITAS PELAYANAN MASKAPAI PENERBANGAN
SRIWIJAYA AIR PADA BANDARA
ABDULRACHMAN SALEH
MALANG**

SKRIPSI

Oleh :

Agung Purnomo
030810201208

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2007**



**PENENTUAN STRATEGI PEMASARAN BERDASARKAN
PENILAIAN TINGKAT KEPENTINGAN DAN KINERJA
KUALITAS PELAYANAN MASKAPAI PENERBANGAN
SRIWIJAYA AIR PADA BANDARA**

**ABDULRACHMAN SALEH
MALANG**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada
Fakultas Ekonomi
Universitas Jember

Oleh :

**Agung Purnomo
030810201208**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2007**

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Penentuan Strategi Pemasaran Berdasarkan Penilaian Tingkat Kepentingan dan Kinerja Kualitas Pelayanan Maskapai Penerbangan Sriwijaya Air pada Bandara Abdulrachman Saleh Malang

Nama Mahasiswa : Agung Purnomo

NIM : 030810201208

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Pemasaran

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Drs. Hadi Wahyono. MM
NIP. 131 120 331

Ika Barokah. SE, MM
NIP. 132 304 454

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen,

Dra. Diah Yulisetiarni, M. Si
NIP. 131 624 474

**DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS JEMBER – FAKULTAS EKONOMI**

SURAT PERNYATAAN

Nama : Agung Purnomo
NIM : 030810201208
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi :

**“PENENTUAN STRATEGI PEMASARAN BERDASARKAN PENILAIAN
TINGKAT KEPENTINGAN DAN KINERJA KUALITAS PELAYANAN
MASKAPAI PENERBANGAN SRIWIJAYA AIR PADA BANDARA
ABDULRACHMAN SALEH MALANG”**

Menyatakan bahwa skripsi yang telah saya buat merupakan hasil karya sendiri. Apabila ternyata dikemudian hari skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan dan sekaligus menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku.

Demikian, pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jember, September 2007

Yang menyatakan,

AGUNG PURNOMO
NIM : 030810201208

**Untuk Keluargaku yang kucintai,
Orang-orang yang kusayangi,
Dan
Almamater yang kubanggakan**

MOTTO

**Cukuplah Allah menjadi penolong kami,
dan Allah adalah sebaik-baik pelindung.**

(QS. Ali Imron : 173)

**Sesungguhnya, dibalik kesulitan terdapat
kemudahan, selesaikan suatu urusan lalu kerjakan
hal lain. Dan hanya pada Allah kita berharap**

(QS. Al-Insyiroh : 6-8)

ABSTRAKSI

Skripsi ini berjudul “Penentuan Strategi Pemasaran Berdasarkan Penilaian Tingkat Kepentingan Dan Kinerja Kualitas Pelayanan Maskapai Penerbangan Sriwijaya Air Pada Bandara Abdulrachman Saleh Malang”. Tujuan dari penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor dari lima dimensi kualitas pelayanan yang menjadi prioritas dalam upaya memuaskan penumpang/pelanggan untuk selanjutnya dapat dijadikan dasar dalam menentukan strategi pemasaran.

Rancangan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian survei dengan mengambil obyek penelitian PT. Sriwijaya Air Malang. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini diperoleh melalui kuisioner yang diberikan kepada penumpang Sriwijaya Air sebagai responden. Penelitian ini menggunakan metode pengambilan sampel dengan teknik *purposive sampling*.

Dari *Importance-Performance Analisis* diungkapkan bahwa faktor yang seharusnya menjadi prioritas dalam meningkatkan kualitas pelayanan yaitu item pertanyaan bernomor 1,3,5,10,11 yang berada pada posisi kuadran A, karena tingkat kepentingan nasabah yang tinggi tidak disertai dengan kinerja yang tinggi pula. Untuk item-item pertanyaan bernomor 12 dan 13 dalam kuadran B ini perlu dipertahankan, karena pada umumnya tingkat pelaksanaannya telah sesuai dengan kepentingan dan harapan pelanggannya. Untuk item-item pertanyaan bernomor 2, 4, 6, 7, 8, 9 dalam kuadran D dinilai berlebihan dalam pelaksanaannya, hal ini terutama disebabkan karena pelanggan menganggap tidak terlalu penting terhadap adanya atribut tersebut, akan tetapi pelaksanaannya dilakukan dengan baik sekali oleh perusahaan.

Berdasarkan *Importance-Performance Analisis* dapat dibuat kesimpulan mengenai alternatif strategi pemasaran yang dapat digunakan oleh perusahaan, yaitu meningkatkan atribut-atribut pelayanan yang masuk pada kuadran A, mempertahankan atribut-atribut yang masuk pada kuadran B dan D.

Kata kunci : Dimensi kualitas jasa, *importance*, *performance* , kepuasan konsumen

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT karena atas rahmatNya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Penentuan Strategi Pemasaran Berdasarkan Penilaian Tingkat Kepentingan Dan Kinerja Kualitas Pelayanan Maskapai Penerbangan Sriwijaya Air Pada Bandara Abdulrachman Saleh Malang”. Penyusunan skripsi ini dimaksudkan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program studi S-1 Menejemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Penulis menyadari dalam penulisan ini masih banyak kekurangan yang disebabkan oleh keterbatasan kemampuan penulis. Tetapi berkat pertolongan Allah SWT serta dorongan semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung, penulisan skripsi ini bisa selesai tepat pada waktunya. Maka dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. H. Sarwedi, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
2. Ibu Dra. Diah Yulisetiari, M.Si selaku ketua jurusan sekaligus dosen pembimbing yang telah memberikan perhatian dan kesabaran untuk meluangkan waktu, tenaga, pikiran, dalam memberikan bimbingan dan pengarahan yang bermanfaat pada penyusunan skripsi ini.
3. Bapak Drs. Hadi Wahyono, MM dan Ibu Ika Barokah, SE, MM selaku dosen pembimbing yang telah memberikan perhatian dan kesabaran untuk meluangkan waktu, tenaga, pikiran, dalam memberikan bimbingan dan pengarahan yang bermanfaat pada penyusunan skripsi ini.
4. Seluruh Dosen dan karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
5. Kedua orang tuaku tercinta, Mama H. II. Casmadi dan Mimi Hj. Um Kulsumi atas segala kasih sayang, doa, dan pengorbanan yang selama ini diberikan kepadaku.
6. Kakak-kakakku yang telah memberikan dukungan baik moril maupun materiil.

7. Teman-teman MGT '03 khususnya teman seperjuangan skripsi: Jodi “nade” and Inung “Tapai” selamat dah dapet gelar SE. Ardhi “Paijo” Didin. Buruan dikerjain skripsinya.
8. Buat orang yang aq sayang Merry eka, aq gak tau harus ngomong apa tapi yang pasti aq Cuma pengen ngomong klo aq sayang kamu. Buru dikerjain skripsinya, smangat ya mey....
9. Teman seperjuangan mulai awal kuliah, Dina, Shinta, “Mama” Lia, and ga lupa Dede Q Lia, moga kalian bisa sukses and kita bisa ketemu lagi di lain kesempatan. Aku bakalan kangen sama kalian.
10. Teman-teman manajemen 2003 khususnya Tim Bola manajemen 2003, akhirnya kita dapet juara 3 Dekan Cup Rek!!!!
11. Buat anak-anak kosan “Belitung 19 A” thank’s buat kebersamaannya dalam suka dan duka. And ga lupa ama Mario Junkie “Si Gila”, jangan maen cewe mulu, kuliahnya diurusin.
12. Calon Drg. Hamdani, buru diselesein skripsinya. Biar bisa wisuda bareng.
13. Semua orang yang menyayangiku, thank’s buat dukungan semangat dan kasih sayang yang kalian berikan
14. Semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan terima kasih atas bantuan, perhatian, dan dorongan serta semangat sehingga skripsi ini bisa terselesaikan.

Dengan segala kemampuan dan pengetahuan serta pengalaman penulis miliki, maka penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu saran dan kritik sangat diharapkan. Akhirnya semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan berguna bagi pembaca pada umumnya dan mahasiswa fakultas ekonomi pada khususnya.

September 2007

Penulis,

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN SAMPUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN MOTTO	vii
ABSTRAKSI	viii
KATA PENGANTAR	ix
DARTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I. PENDAHULUAN	
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Perumusan Masalah	3
I.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	
1.3.1 Tujuan Penelitian	3
1.3.2 Manfaat Penelitian	4
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kajian Teoritis	
2.1.1 Strategi Pemasaran	5
2.1.2 Pemilihan Strategi	5
2.1.3 Konsep Kepuasan Konsumen	6
2.1.4 Konsep Kepuasan Pelanggan	7
2.1.5 Pengertian jasa	8
2.1.6 Karakteristik Jasa	9
2.1.7 Kualitas Jasa	10

2.1.8	Dimensi Kualitas Jasa	14
2.1.9	Mengelola Kualitas Jasa	15
2.2	Kajian Empiris	17
2.3	Kerangka Konseptual penelitian	19
BAB III. METODE PENELITIAN		
3.1	Rancangan Penelitian	21
3.2	Populasi dan Sampel Penelitian	21
3.3	Jenis dan Sumber Data	22
3.4	Metode Pengumpulan Data	22
3.5	Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran Variabel	
3.5.1	Definisi Operasional Variabel.....	22
3.5.2	Tekhnik Pengukuran	24
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas	
3.6.1	Uji Validitas	25
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	25
3.7	Metode Analisis Data	
3.7.1	Analisis Tingkat Kepentingan dan Kinerja Layanan (<i>Importance-performance Analysis</i>)	26
3.8	Kerangka pemecahan Masalah	30
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN		
4.1	Gambaran Umum Objek	32
4.1.1	Sejarah Singkat PT. Sriwijaya Air	32
4.1.2	Lambang Sriwijaya Air.....	33
4.1.3	Visi dan Misi PT. Sriwijaya Air	34
4.1.4	Struktur Organisasi	34
4.1.5	Layanan PT. Sriwijaya Air TTO Malang	36
4.2	Pembahasan dan Hasil Penelitian	
4.2.1	Karakteristik Responden	37
4.2.2	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	40
4.2.3	Analisis Tingkat Kepentingan dan Kinerja	43
4.2.4	Diagram Kartesius	58

4.2.5 Penentuan Strategi Pemasaran Berdasarkan Analisis Tingkat Kepentingan (<i>importance</i>) dan Kinerja (<i>performance</i>)	60
---	----

V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan.....	62
5.2. Saran	64

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN – LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

1. Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	37
2. Tabel 4.2 Jenis Pekerjaan Responden.....	38
3. Tabel 4.3 Tingkat Pendidikan Responden	39
4. Tabel 4.4 Frekuensi Pemanfaatan Jasa	39
5. Tabel 4.5 Validitas Instrument Pada Faktor Kinerja.....	40
6. Tabel 4.6 Validitas Instrument Pada Faktor Kepentingan	41
7. Tabel 4.7 Realibilitas Instrumen Pada Kepentingan dan Kinerja	42
8. Tabel 4.8 Penilaian Responden Terhadap Kinerja Ketepatan Waktu Keberangkatan dan Tiba Pesawat	43
9. Tabel 4.9 Tingkat Kepentingan Responden Terhadap Ketepatan Waktu Keberangkatan dan Tiba pesawat	43
10. Tabel 4.10 Penilaian Responden Terhadap Kinerja Pelayanan yang Ramah dan Selalu Siap Menolong	44
11. Tabel 4.11 Tingkat Kepentingan Responden Terhadap Pelayanan yang Ramah dan Selalu Siap Menolong	44
12. Tabel 4.12 Penilaian Responden Terhadap Kinerja Kemampuan Perusahaan Untuk Cepat Tanggap Dalam Menghadapi Masalah yang Timbul	45
13. Tabel 4.13 Tingkat Kepentingan Responden Terhadap Kinerja Kemampuan Perusahaan Untuk Cepat Tanggap Dalam Menhadapi Masalah Yang Timbul	45
14. Tabel 4.14 Penilaian Responden Terhadap Kinerja Kesigapan dan Ketulusan Staff Karyawan Dalam Menjawab Pertanyaan dan Permintaan Penumpang Pesawat	46
15. Tabel 4.15 Tingkat Kepentingan Responden Terhadap Kesigapan dan Ketulusan Staff Karyawan Dalam Menjawab Pertanyaan dan Permintaan Penumpang Pesawat	46

16. Tabel 4.16 Penilaian Responden Terhadap Kinerja Kemampuan Perusahaan Cepat Tanggap Terhadap Keluhan yang Disampaikan Pelanggan	47
17. Tabel 4.17 Tingkat Kepentingan Responden Terhadap Kemampuan Perusahaan Cepat Tanggap Terhadap Keluhan yang Disampaikan Pelanggan	47
18. Tabel 4.18 Penilaian Responden Terhadap Kinerja Melakukan Komunikasi yang efektif dengan penumpang	48
19. Tabel 4.19 Tingkat Kepentingan Responden Terhadap Melakukan komunikasi yang efektif dengan penumpang	48
20. Tabel 4.20 Penilaian Responden Terhadap Kinerja Pengetahuan dan kecakapan <i>Ground staff</i> dalam memberikan informasi	48
21. Tabel 4.21 Tingkat Kepentingan Responden Terhadap Pengetahuan dan kecakapan <i>ground staff</i> dalam memberikan informasi	49
22. Tabel 4.22 Penilaian Responden Terhadap Kinerja Pengetahuan dan kecakapan <i>Inflight staff</i> dalam memberikan informasi	49
23. Tabel 4.23 Tingkat Kepentingan Responden Terhadap Pengetahuan dan kecakapan <i>Inflight staff</i> dalam memberikan informasi	50
24. Tabel 4.24 Penilaian Responden Terhadap Kinerja Memberikan perhatian pada penumpang	50
25. Tabel 4.25 Tingkat kepentingan Responden Terhadap memberikan perhatian pada penumpang	51
26. Tabel 4.26 Penilaian Responden Terhadap kinerja bertanggung jawab terhadap keamanan dan kenyamanan penumpang	51
27. Tabel 4.27 Tingkat Kepentingan Responden Terhadap Bertanggung Jawab Terhadap Keamanan dan Kenyamanan Penumpang	52
28. Tabel 4.28 Penilaian Responden Terhadap kinerja Kemudahan Dalam Menghubungi Perusahaan	52

29. Tabel 4.29 Tingkat Kepentingan Responden Terhadap Kemudahan Dalam Menghubungi Perusahaan	53
30. Tabel 4.30 Penilaian Responden Terhadap kinerja Penataan eksterior dan interior pesawat.....	53
31. Tabel 4.31 Tingkat Kepentingan Responden Terhadap Penataan eksterior dan interior pesawat.....	54
32. Tabel 4.32 Penilaian Responden Terhadap kinerja Kebersihan dan kerapihan karyawan dan crew awak pesawat	54
33. Tabel 4.33 Tingkat Kepentingan Responden Terhadap Kebersihan dan kerapihan karyawan dan crew awak pesawat	55

DAFTAR GAMBAR

1. Gambar 2.1: Kerangka Konseptual Penelitian	19
2. Gambar 3.1 : Diagram Kartesius	28
3. Gambar 3.2 : Kerangka Pemecahan Masalah	30
4. Gambar 4.1: Struktur Organisasi PT. Sriwijaya Air TTO Malang	35
5. Gambar 4.2: Diagram Kartesius Atribut Pelayanan Sriwijaya Air	58

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian
Lampiran 2	Karakteristik Responden
Lampiran 3	Hasil Uji Reliabilitas
Lampiran 4	Hasil Uji Validitas
Lampiran 5	Tabulasi Hasil Kuesioner Tingkat Kinerja dan Kepentingan
Lampiran 6	Tingkat Kesesuaian Pada factor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Consumer Terhadap Mutu layanan Maskapai Penerbangan Sriwijaya Air
Lampiran 7	Perhitungan Rata-Rata Dari Penilaian Kinerja dan Penilaian Kepentingan pada Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Terhadap Mutu Layanan Sriwijaya Air
Lampiran 8	Nilai r tabel