

FAKTOR DETERMINAN KEPUASAN PENUMPANG PADA MASKAPAI BERBIAYA RENDAH (*LOW-COST CARRIERS*)

Selestina Kolo^{1)*}, Diana Indratno²⁾

¹⁾Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Isti Ekatana Upaweda
Yogyakarta, Indonesia, E-mail: diana.leli45@gmail.com

Abstrak

Akhir-akhir ini lingkungan bisnis penerbangan semakin kompetitif. Banyak maskapai penerbangan menggunakan strategi bertarif rendah untuk bertahan ditengah persaingan yang semakin kuat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor determinan kepuasan penumpang pada maskapai penerbangan dengan biaya rendah atau yang dikenal dengan *low-cost carriers* (LCCs). Penelitian dilakukan melalui survei *offline* dan *online* melalui *googleform* terhadap 114 responden yang pernah menjadi penumpang maskapai Maskapai Lion Air di Bandara El -Tari Kupang. Faktor determinan ditinjau dari: kualitas pelayanan, harga, ketepatan waktu dan keberagaman rute. Analisis data menggunakan pendekatan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menemukan bahwa kualitas pelayanan, harga, ketepatan waktu dan keberagaman rute berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan penumpang. Hasil penelitian ini memberikan implikasi bahwa kualitas pelayanan, harga, ketepatan waktu dan keberagaman rute merupakan faktor penting bagi LCC untuk bertahan hidup di pasar penerbangan yang sangat kompetitif. Keunggulan maskapai yaitu selain harga tiket yang murah juga perlu tetap memperhatikan kualitas pelayanan, ketepatan waktu, dan jaringan rute yang luas.

Kata Kunci: *Low-Cost Carriers, Kepuasan Penumpang, Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, dan Keberagaman Rute*

Abstract

Recently, the airline business environment has become increasingly competitive. Many airlines have adopted low-fare strategies to survive amid the intensifying competition. This study aims to analyze the determinants of passenger satisfaction in low-cost carriers (LCCs). The research was conducted through offline and online surveys via Google Forms, involving 114 respondents who had flown with Lion Air at El Tari Airport, Kupang. The determinants examined include service quality, price, punctuality, and route diversity. Data were analyzed using a multiple linear regression approach. The findings indicate that service quality, price, punctuality, and route diversity have a significant positive effect on passenger satisfaction. The results imply that service quality, price, punctuality, and route diversity are key factors for LCCs to survive in a highly competitive airline market. In addition to offering low ticket prices, airlines must also pay attention to service quality, punctuality, and a wide route network.

Keywords: *Low-Cost Carriers, Passenger Satisfaction, Service Quality, Punctuality, Route Diversity*

PENDAHULUAN

Akhir-akhir ini, persaingan bisnis transportasi antar perusahaan semakin kompetitif dan dinamis (Shiwakoti *et al.*, 2022). Persaingan yang kompetitif terjadi baik perusahaan yang bergerak di bidang industri penerbangan maupun jasa layanan transportasi lainnya. Pada lanskap tersebut, banyak perusahaan penerbangan menggunakan strategi berbiaya rendah atau dikenal dengan *Low-Cost Carriers* (LCC) untuk bertahan di tengah persaingan (Daulay *et al.*, 2022; Kusuma *et al.*, 2023; Riorini & Widayati, 2018; Shen & Yahya, 2021). Persaingan memaksa perusahaan penerbangan untuk mengatur strategi dengan melakukan pendekatan pasar agar dapat menguasai pangsa pasar yang ada. Kinerja yang berkelanjutan (Kusuma *et al.*, 2023) dicapai dengan menjaga hubungan jangka panjang dengan pelanggan melalui kepuasan dan loyalitas. Upaya untuk mempertahankan pelanggan merupakan salah satu cara agar maskapai penerbangan dapat bertahan di tengah tingginya persaingan tersebut. Kepuasan penumpang merupakan bagian integral dari tujuan perusahaan yang harus dipenuhi untuk perusahaan demi mempertahankan pelanggannya (Ban & Kim, 2019; Riorini & Widayati, 2018).

Lion Air dikenal sebagai maskapai penerbangan berbiaya rendah (LCC) yang menawarkan tarif yang kompetitif (Daulay *et al.*, 2022; Kusuma *et al.*, 2023). Strategi tersebut bertujuan untuk menarik penumpang yang ingin menghemat biaya perjalanan. Strategi ini dibentuk oleh *Lion Air Group* agar semua orang dapat melakukan bepergian melalui pesawat tanpa perlu khawatir akan biaya yang dikeluarkan. Selain harga, Lion Air juga berusaha selalu memperbaiki kualitas pelayanan seperti kemudahan dalam pemesanan tiket dan ketepatan waktu perjalanan. Lion Air menyediakan berbagai saluran pemesanan, termasuk situs *web* resmi, agen perjalanan, dan kantor penjualan, yang memudahkan penumpang dalam memesan tiket. Lion Air menawarkan opsi bagasi prabayar, memungkinkan penumpang membeli kuota bagasi tambahan dengan harga yang lebih hemat, terutama jika dibandingkan dengan biaya kelebihan bagasi saat *check-in*. Lion Air juga berusaha selalu memperbaiki ketepatan waktu perjalanan. Di masa lalu Lion Air memang dikenal sering terlambat mengenai jadwal penerbangan. Namun saat ini Lion Air telah melakukan perubahan lebih signifikan terkait ketepatan waktu penerbangan. Saat ini banyak penumpang melaporkan bahwa jadwal penerbangan Lion Air cenderung lebih tepat waktu. Hal tersebut dapat secara signifikan meningkatkan kepuasan pelanggan secara keseluruhan.

Lion Air juga memperluas jangkauan rute, mencakup berbagai kota dan daerah di Indonesia, serta beberapa tujuan internasional, yang memberikan banyak pilihan bagi penumpang. Rute tersebut mencakup lebih dari 36 destinasi domestik dan beberapa rute internasional. Lion Air setidaknya memiliki 226 penerbangan setiap hari. Selain itu Lion Air juga menjangkau kota-kota besar serta daerah-daerah terpencil di Indonesia seperti Ternate, Tarakan dan juga Bima. Semua itu memberikan kemudahan bagi para masyarakat, untuk mengakses berbagai lokasi di seluruh Nusantara. Sehingga bisa menjadi pilihan bagi semua orang, yang memiliki rute tujuan di daerah-daerah tertentu.

Maskapai berbiaya rendah (LCC) hanya berfokus pada fungsi transportasi yang paling mendasar (Kusuma *et al.*, 2023). LCC bertujuan untuk menghemat biaya operasional dan kemudian mengubah biaya tersebut menjadi tiket pesawat yang lebih murah dan terjangkau bagi masyarakat yang bepergian, sehingga menarik lebih banyak penumpang untuk bepergian. Meskipun beberapa penelitian lainnya mengemukakan bahwa elemen harga tidak sensitif terhadap kepuasan ketika ditujukan pada maskapai penerbangan layanan penuh. Berbeda dengan maskapai penerbangan layanan penuh yang kurang sensitif terhadap harga, harga dapat berpengaruh terhadap kepuasan penumpang pada maskapai berbiaya rendah (LCC).

Lion Air telah memainkan peran penting dalam perkembangan industri penerbangan di Indonesia, khususnya dalam memberikan akses penerbangan yang lebih terjangkau bagi masyarakat di bandara El Tari Kupang. *Lion Air Group* juga telah memiliki anak perusahaan lain seperti *Batik Air*, *Wings Air* dan

Super Air Jet, yang melayani berbagai jenis rute, rute Internasional dan rute dengan layanan penuh. Maskapai ini berkomitmen untuk menjadi maskapai berciri khas yang diakui dan terkenal karena keramahan yang hangat dan kemurahan hatinya. Maskapai ini terus berupaya untuk memberikan layanan transportasi udara yang dikategorikan terbaik dalam hal keselamatan, keandalan dan kenyamanan. Lion air merupakan salah satu maskapai penerbangan yang beroperasi di bandara Udara El Tari Kupang, maskapai penerbangan ini banyak diminati oleh masyarakat di kota kupang karena tarif yang ditawarkan cukup murah dan terjangkau bagi masyarakat dari kalangan menengah.

Penelitian ini memperkaya penelitian tentang pasar penerbangan berbiaya rendah di daerah. Makalah ini menguji kerangka konseptual yang melibatkan kualitas layanan, harga, ketepatan waktu, dan keberagaman rute untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang dampak atribut tersebut terhadap kepuasan penumpang pada konteks LCC di daerah yaitu Kupang. Hal tersebut menjadi motivasi untuk meneliti pengaruh kualitas pelayanan, harga, ketepatan waktu dan keberagaman rute terhadap kepuasan penumpang pada maskapai Lion Air di bandara El -Tari Kupang.

Kepuasan merupakan rasa senang terhadap kinerja sesuatu produk atau layanan yang sesuai harapan (Fine, 2012). Kepuasan tercapai apabila harapan pelanggan dapat terpenuhi (Riorini & Widayati, 2018). Kepuasan penumpang merupakan hasil perbandingan antara harapan pelanggan dan layanan yang diberikan (Souza *et al.*, 2021). Kepuasan penumpang merupakan kunci untuk mempertahankan keberlangsungan sebuah perusahaan dalam jangka panjang (Kusuma *et al.*, 2023). Kepuasan pelanggan akan memberikan banyak manfaat bagi suatu bisnis, diantaranya pelanggan akan menunjukkan loyalitasnya dan tidak ingin beralih ke produk atau jasa yang disediakan oleh pesaing. Beberapa studi menemukan bahwa kepuasan pelanggan yang tinggi akan menciptakan efek loyalitas pada diri pelanggan (Daulay *et al.*, 2022; Kusuma *et al.*, 2023; Riorini & Widayati, 2018; Shen & Yahya, 2021). Tingkat kepuasan juga menjadi dasar untuk menentukan tingkat keberhasilan suatu perusahaan dalam menjalankan strategi untuk kelangsungan bisnisnya (Kusuma *et al.*, 2023).

1.1. Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Penumpang

Sebuah bisnis termasuk maskapai penerbangan memerlukan peningkatan kualitas layanan (Bellizzi *et al.*, 2020; Shen & Yahya, 2021; Souza *et al.*, 2021; Tsafarakis *et al.*, 2017). Kualitas layanan menjadi kekuatan bagi maskapai penerbangan dalam persaingan bisnis agar dapat mempertahankan pelanggan dan kelangsungan hidup perusahaan (Kusuma *et al.*, 2023). Kualitas layanan merupakan instrumen yang kuat bagi perusahaan penerbangan untuk mencapai tujuan strategisnya. Kualitas layanan diperlukan perusahaan penerbangan di tengah tingginya persaingan. Hal utama penentu sebuah maskapai bertahan atau lebih tidaknya adalah bagian kualitas pelayanan yang diberikan. Kualitas layanan bukan hanya layanan produk tetapi juga mencakup layanan staff, proses, dan fasilitas (Fine, 2012). Kualitas layanan yang baik atau buruk akan bergantung pada persepsi konsumen terhadap layanan yang mereka terima.

Kualitas layanan suatu maskapai penerbangan merupakan salah satu faktor penting untuk mendukung tingkat kepuasan penumpang. Hasil penelitian sebelumnya (Daulay *et al.*, 2022; Riorini & Widayati, 2018; Shen & Yahya, 2021) membuktikan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh maskapai penerbangan dapat meningkatkan kepuasan penumpang. Kualitas layanan dinilai berdasarkan kinerja pelayanan dan segala sesuatu yang berkaitan dengan pelayanan itu sendiri (Bellizzi *et al.*, 2020; Tsafarakis *et al.*, 2017; Tutan, 2020). Kepuasan penumpang dapat diketahui setelah penumpang merasakan pelayanan yang diberikan. Oleh karena itu, beberapa peneliti (Daulay *et al.*, 2022; Riorini & Widayati, 2018; Shen & Yahya, 2021) membuktikan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan penumpang.

Hipotesis ke-1 (H1). Kualitas Layanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Penumpang

1.2. Harga Tiket terhadap Kepuasan Penumpang

Harga merupakan tolok ukur nilai suatu produk atau layanan (Kusuma *et al.*, 2023). Harga memegang peranan penting dalam mempengaruhi penumpang untuk menentukan maskapai penerbangan mana yang akan digunakan, khususnya bagi pelanggan maskapai penerbangan berbiaya rendah atau yang biasa dikenal dengan LCC (Daulay *et al.*, 2022; Kusuma *et al.*, 2023; Riorini & Widayati, 2018; Shen & Yahya, 2021). Strategi maskapai berbiaya rendah (LCC) dicapai melalui penghematan biaya operasional, fokus pada fungsi transportasi yang paling mendasar, sehingga strategi tersebut dapat menghasilkan tiket pesawat yang lebih murah dan terjangkau bagi masyarakat. sehingga menarik lebih banyak penumpang untuk bepergian (Kusuma *et al.*, 2023). Harga tiket pesawat menjadi salah satu pertimbangan utama penumpang dalam memilih maskapai penerbangan. Persepsi terhadap harga memicu konsumen untuk mencari produk atau jasa, kemudahan, dan perubahan nilai.

Harga merupakan salah satu faktor penting yang harus diperhatikan oleh penyedia layanan. Penelitian terdahulu (Daulay *et al.*, 2022; Kusuma *et al.*, 2023; Riorini & Widayati, 2018; Shen & Yahya, 2021) menyatakan bahwa harga merupakan salah satu penentu kepuasan penumpang. Harga yang murah merupakan faktor kepuasan tersendiri bagi penumpang pesawat udara, khususnya maskapai penerbangan berbiaya rendah. Jika pelanggan merasa puas terhadap sesuatu yang dibelinya, maka pelanggan akan dengan sukarela merekomendasikannya kepada orang lain agar melakukan hal yang sama seperti yang dilakukannya (Riorini & Widayati, 2018; Shiwakoti *et al.*, 2022; Souza *et al.*, 2021). Penelitian yang telah dilakukan sebelumnya menunjukkan bahwa tingkat harga suatu maskapai penerbangan menjadi pertimbangan utama bagi calon penumpang dalam memilih maskapai yang akan digunakan (Kim & Park, 2019; Riorini & Widayati, 2018; Souza *et al.*, 2021). Dapat disimpulkan bahwa harga tiket memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan penumpang secara keseluruhan karena semakin terjangkau harga tiket maka semakin tinggi pula kepuasan penumpang.

Hipotesis ke-2 (H2). Harga Tiket berpengaruh positif terhadap Kepuasan Penumpang

1.3 Ketepatan Waktu terhadap Kepuasan Penumpang

Ketepatan waktu penerbangan atau dikenal dengan *on-time performance* (OTP) sendiri merupakan salah satu pelayanan utama yang diterima oleh penumpang. Kinerja tepat waktu adalah ukuran seberapa baik layanan, seperti penerbangan atau pengiriman, mematuhi waktu yang dijadwalkan. Pelayanan ini menjadi tolak ukur untuk meningkatkan daya saing. Definisi keterlambatan menurut undang-undang nomor 1 tahun 2009 perbedaan waktu antara waktu keberangkatan atau kedatangan yang dijadwalkan dengan realisasi waktu keberangkatan atau kedatangan. Jika ditinjau dari kepentingan maskapai penerbangan. Ketepatan waktu jadwal penerbangan merupakan unsur penting dalam pelayanan yang diberikan kepada penumpang. Faktor-faktor yang berkontribusi terhadap ketepatan waktu maskapai penerbangan: manajemen operasional, keandalan armada, manajemen dan penjadwalan awak pesawat, dan perencanaan cuaca, kemacetan lalu lintas udara, dan prosedur pra-penerbangan.

Ketepatan waktu merupakan faktor utama dalam kepuasan penumpang maskapai penerbangan (Bellizzi *et al.*, 2020; Riorini & Widayati, 2018). Maskapai penerbangan yang secara konsisten beroperasi tepat waktu mengalami kepuasan pelanggan yang lebih tinggi dan dapat memperoleh keunggulan kompetitif. Sebaliknya, keterlambatan dapat secara signifikan mengurangi kepuasan penumpang dan bahkan menyebabkan hilangnya loyalitas pelanggan. Ketepatan waktu sering disebut sebagai prioritas utama bagi para penumpang, dengan penelitian yang menunjukkan bahwa sebagian besar penumpang

menganggap kedatangan tepat waktu sebagai aspek penting dari pengalaman perjalanan. Kinerja tepat waktu merupakan faktor utama dalam kepuasan penumpang, karena penundaan dapat menyebabkan hilangnya koneksi, meningkatnya stres perjalanan, dan persepsi negatif terhadap maskapai penerbangan. Komunikasi yang efektif dengan penumpang tentang potensi penundaan dapat membantu mengurangi dampak negatif penundaan terhadap kepuasan.

Hipotesis ke-3 (H3). Ketepatan Waktu berpengaruh positif terhadap Kepuasan Penumpang

1.4 Keberagaman Rute terhadap Kepuasan Penumpang

Jaringan rute maskapai penerbangan mengacu pada kumpulan semua rute penerbangan yang dioperasikannya, yang menghubungkan berbagai bandara (Shen & Yahya, 2021). Jaringan ini merupakan aspek penting dari operasi maskapai penerbangan, yang memengaruhi jangkauan, efisiensi, dan daya saingnya. Jaringan rute maskapai penerbangan pada dasarnya adalah peta semua jalur penerbangan yang ditawarkan maskapai penerbangan, termasuk bandara asal dan tujuan, dan rute khusus yang diterbangi di antara keduanya. Rute-rute ini tidak acak; rute-rute ini direncanakan dengan cermat berdasarkan faktor-faktor seperti permintaan penumpang, kelayakan operasional, dan tujuan strategis. Jaringan yang dirancang dengan baik memungkinkan maskapai penerbangan terhubung dengan berbagai tujuan, menarik lebih banyak penumpang dan kargo. Rute yang dioptimalkan juga meminimalkan waktu tempuh dan konsumsi bahan bakar, sehingga meningkatkan efisiensi operasional.

Kepuasan penumpang terhadap transportasi sangat dipengaruhi oleh keandalan jadwal, efisiensi dan keberagaman rute. Jaringan rute yang luas memberikan keuntungan terhadap efisiensi rute, keandalan jadwal, meningkatkan kemampuan layanan rute dan pasar yang lebih luas, meningkatkan pangsa pasar (Wibisono, 2014). Jaringan rute yang luas juga memberikan keuntungan pelanggan untuk tidak beralih ke maskapai lain karena layanan rute penerbangan yang tidak tersedia. Jaringan rute yang komprehensif dapat memberi maskapai penerbangan keunggulan kompetitif, yang memungkinkannya menawarkan koneksi yang lebih nyaman dan menarik basis pelanggan yang lebih luas. Jadwal yang terencana dengan baik dengan waktu kedatangan dan keberangkatan yang akurat, ditambah dengan rute yang meminimalkan waktu tempuh dan menawarkan akses yang mudah, secara langsung berkontribusi pada pengalaman penumpang yang positif.

Hipotesis ke-4 (H4). Keberagaman Rute berpengaruh positif terhadap Kepuasan Penumpang

METODE PENELITIAN

Obyek penelitian adalah maskapai penerbangan Lion Air. Lion Air (PT.Lion Mentari Airlines), beroperasi sebagai Lion Air, adalah sebuah maskapai penerbangan bertarif rendah yang berpangkalan pusat di Jakarta, Indonesia. Lion Air sendiri adalah maskapai swasta terbesar di Indonesia. Lion Air pertama kali beroperasi pada 30 Juni 2000. Lion Air Group kini terdiri beberapa maskapai, termasuk Lion Air, Wings Air, Batik Air dan Super Air Jet. Lion Air telah menjadi maskapai terbesar di Indonesia dengan armada lebih dari 100 pesawat dan melayani ratusan rute domestik dan internasional.

Penelitian dilakukan melalui pendekatan survei melalui instrumen kuesioner terhadap 110 penumpang maskapai penerbangan Lion Air di bandara El-Tari Kupang. Metode survei digunakan dalam makalah ini karena kendala keuangan dan waktu. Pengambilan sampel melalui *accidental sampling* yaitu responden yang tidak sengaja ditemui sedang atau pernah menggunakan armada Lion Air melalui bandara El-Tari Kupang. Kuesioner didistribusikan secara daring (*online*) dan luring (langsung). Kuesioner yang diisi sendiri digunakan untuk memperoleh data selama periode 10 hari; data dikumpulkan dari

internet melalui formulir *google (googleform)*. Sebanyak 150 kuesioner didistribusikan secara daring dan luring, dan total 110 tanggapan diterima kembali, yang merupakan tingkat tanggapan sebesar 73,3%.

Data primer dikumpulkan langsung dari penumpang dalam survei yang dilakukan pada pertengahan Juni 2025. Kuesioner terdiri dari dua bagian utama: bagian pertama terdiri dari pertanyaan demografis yang dirancang untuk meminta informasi tentang jenis kelamin, usia, pendidikan, tujuan perjalanan, dan frekuensi perjalanan. Bagian kedua melibatkan operasionalisasi konstruk. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari kepuasan penumpang, kualitas pelayanan, harga, ketepatan waktu dan keberagaman rute. Kepuasan penumpang dioperasionalkan oleh 4 item yang diadopsi dari penelitian sebelumnya (Riorini & Widayati, 2018). Kualitas layanan dioperasionalkan oleh 5 item yang dikembangkan dari penelitian sebelumnya (Tsafarakis *et al.*, 2017). Variabel persepsi harga diukur melalui 5 item pertanyaan yang dikembangkan dari penelitian sebelumnya (Riorini & Widayati, 2018). Variabel ketepatan waktu dikembangkan melalui 4 item pertanyaan yang dikembangkan dari penelitian sebelumnya (Tsafarakis *et al.*, 2017). Terakhir, jadwal dan jaringan rute telah dioperasionalkan oleh 5 item yang juga diperkenalkan dari penelitian (Tsafarakis *et al.*, 2017).. Semua variabel diukur dengan menggunakan lima skala likert dari 1 hingga 5, yang mewakili bentuk "sangat tidak setuju" hingga "sangat setuju". Untuk memvalidasi kuesioner survei, uji coba dilakukan sebelum mendistribusikan survei dan hasil uji coba mengonfirmasi keandalan dan validitas survei.

Sebelum memproses data, beberapa pengujian diadopsi untuk meninjau data dengan tujuan memastikan kualitas data dan konsistensi model struktur, seperti penyaringan data untuk nilai yang hilang, analisis validitas dan reliabilitas, uji non bias respon. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda. Analisis regresi menggunakan metode pangkat kuadrat terkecil biasa (OLS). Metode OLS adalah mengestimasi suatu garis regresi dengan jalan meminimalkan jumlah dari kuadrat kesalahan setiap observasi terhadap garis tersebut. Pengujian non bias regresi meliputi uji normalitas, autokorelasi, uji multikolinieritas dan uji heterokedastisitas dilakukan pada model linier.

Model persamaan regresi adalah sebagai berikut :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \varepsilon \quad (1)$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Penumpang

X₁ = Kualitas Pelayanan

X₂ = Harga

X₃ = Ketepatan Waktu

X₄ = Skedul dan Jaringan Rute

β = konstanta, koefisien regresi

ε = Error

Data dianalisis dan diinterpretasikan dengan memanfaatkan bantuan perangkat lunak *SPSS Statistics*. Uji ketepatan model (*Goodnes of Fit*) digunakan untuk mengetahui apakah suatu model atau persamaan regresi sesuai dengan data atau tidak. Uji ketepatan model dari nilai signifikansi F-test (Anova). Apabila nilai signifikan *F-test* < 0,05 (5%) maka model fit dengan data. Determinasi (R²) digunakan untuk mengetahui prosentase perubahan variabel tidak bebas (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X). Jika R² semakin besar, maka prosentase perubahan variabel tidak bebas (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X) semakin tinggi. Jika R² semakin kecil, maka prosentase perubahan variabel tidak bebas (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X) semakin rendah. Pengujian hipotesis pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat menggunakan uji t (uji dua arah). Uji t dilakukan dengan kriteria apabila nilai signifikan t- test < 0,05 (5%), maka hipotesis diterima artinya faktor bebas merupakan faktor yang mempengaruhi faktor terikat, dan sebaliknya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Tabel 1 menggambarkan profil demografis responden. Dari total 110 responden, sebanyak 61.82 % responden adalah pria, dan sisanya, 38.18%, adalah wanita. Mayoritas responden yang merupakan sedang atau pernah menjadi penumpang Lion Air berusia antara 41–50 (46.36%) dan 31–40 (32.73%). Ditinjau dari tingkat pendidikan responden, 61.82% menyelesaikan gelar sarjana atau pasca sarjana, diikuti oleh 36.36% yang memiliki gelar sekolah menengah. Karyawan swasta merupakan kelompok mayoritas responden yaitu sebesar 50,91% dari total responden. Sebagian besar responden bepergian dengan tujuan bisnis (62.73%), sedangkan saisinya dengan tujuan non bisnis sebesar 37.27%. Sebagian besar responden bepergian 2–4 kali per tahun (50.91%), diikuti oleh 1 kali per tahun sebesar 32.73%, kemudian 5–7 kali per tahun sebesar 16.36%.

Tabel 1. Profil responden (N = 110)

Uraian	Jumlah (n)	Frekuensi (%)
Pria	68	61.82
Wanita	42	38.18
Total	110	100.00
Tujuan Perjalanan		
Non Bisnis (berlibur, sekolah dan lainnya)	41	37.27
Bisnis	69	62.73
Total	110	100.00
Umur		
21-30tahun	14	12.73
31-40tahun	36	32.73
41-50tahun	51	46.36
>50tahun	9	8.18
Total	110	100.00
Pendidikan		
dibawah SMA	2	1.82
SMA	40	36.36
Sarjana atau Pasca Sarjana	68	61.82
Total	110	100.00
Pekerjaan		
Karyawan Swasta	56	50.91
Pegawai Pemerintah	20	18.18
Wiraswasta	22	20.00
Mahasiswa	12	10.91
Total	110	89.09
Frekuensi Bepergian		
1 kali per tahun	36	32.73
2–4 kali per tahun	56	50.91
5-7 kali per tahun	18	16.36

Sumber: hasil kuesioner diolah (2025)

Korelasi antar item dengan rata-rata total variabel (Tabel 2) diatas 0.5 dengan probabilitas signfiikansi ($\rho < 0.01$) untuk semua item sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item valid dalam mengukur variabel. Analisis keandalan menggunakan *Cronbach's Alpha* (Tabel 2) semua variabel diatas 0.70, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item mempunyai keandalan tinggi dalam mengukur variabel. Rata-rata skor kepuasan penumpang adalah 3,848 (berada pada interval 3,4-4,2) yang menunjukkan rata-rata responden puas dalam menggunakan maskapai Lion Air dalam perjalanannya. Skor kualitas pelayanan adalah 3.629 (berada pada interval 3,4-4,2) yang menunjukkan rata-rata responden menilai bahwa kualitas pelayanan maskapai Lion Air adalah tinggi. Skor persepsi harga adalah 3.655 (berada pada interval 3,4-4,2) yang menunjukkan rata-rata responden menilai bahwa harga tiket Lion Air telah sesuai, wajar dan terjangkau. Skor persepsi ketepatan waktu adalah 3,34 (berada pada interval 2,6-3,4) yang menunjukkan rata-rata responden menilai bahwa ketepatan waktu dalam perjalanan menggunakan armada Lion Air adalah sedang. Skor persepsi keberagaman rute adalah 3.651 (berada pada interval 3,4-4,2) yang menunjukkan rata-rata responden menilai bahwa skedul dan jaringan rute maskapai Lion Air adalah baik.

Tabel 2. Analisis keandalan dan nilai rata-rata.

Variabel	Mean	Item	Korelasi item-total (<i>r</i>)	<i>Cronbach's Alpha</i>
Kepuasan Penumpang	3.848	S1	.598	.748
		S2	.652	
		S3	.322	
		S4	.622	
Kualitas Pelayanan	3.629	SQ1	.864	.811
		SQ2	.873	
		SQ3	.819	
		SQ4	.763	
		SQ5	.746	
Harga	3.655	P1	.527	.771
		P2	.698	
		P3	.502	
		P4	.519	
		P5	.680	
Ketepatan Waktu	3.340	OTP1	.565	.796
		OTP2	.558	
		OTP3	.601	
		OTP4	.725	
Keberagaman Rute	3.651	R1	.700	.810
		R2	.466	
		R3	.375	
		R4	.718	
		R5	.748	

Sumber: hasil kuesioner diolah (2025)

Analisis regresi linier berganda bertahap dilakukan untuk mengeksplorasi hubungan antara variabel kualitas pelayanan, harga, ketepatan waktu dan keberagaman rute terhadap kepuasan penumpang. Tabel 4 menyajikan hasil ringkasan regresi, yang memiliki nilai R Square yang disesuaikan (Adjusted R Square) terbaik sebesar 0.715. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan, harga, ketepatan waktu dan jaringan rute berpengaruh terhadap kepuasan penumpang sebesar 0.715 (71.5%), sedangkan sisanya ($1-0.715=0.285$) atau 28.5% dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel

yang diteliti. Hasil uji Anava diperoleh nilai F sebesar 69.483 dengan nilai probabilitas signifikansi ($p < 0.01$) menunjukkan model fit dengan data. Selain itu, Variance Inflation Factor (VIF) rendah, antara 1 hingga 3, yang menunjukkan tidak ada masalah multikolinearitas.

Tabel 4. Rangkuman Hasil Regresi Linier Berganda

	β	t	ρ	VIF	Kesimpulan
(Constant)	-.877	-3.701	.000		
SQ	.369	4.072	.000	2.380	Hipotesis diterima
P	.276	3.582	.001	1.874	Hipotesis diterima
OTP	.211	2.437	.016	2.416	Hipotesis diterima
ROUTE	.162	2.887	.005	2.066	Hipotesis diterima
R Square (Adj)	0.715				
F	69.483				
p	< 0.01				

Sumber: hasil kuesioner diolah (2025)

Berdasarkan hasil pada Tabel 4, menunjukkan bahwa bahwa 71.5% varians dalam kepuasan penumpang secara keseluruhan dipengaruhi secara signifikan oleh empat prediktor (nilai-F= 69.483, $p < 0.01$). Variabel kualitas pelayanan ($\beta=0.369$, $p<0,01$) merupakan faktor yang paling berpengaruh terhadap kepuasan penumpang, diikuti harga ($\beta=0.276$, $p<0,01$), ketepatan waktu ($\beta=0.211$, $p<0,05$) dan keberagaman rute ($\beta=0.162$, $p<0.01$). Semua variabel berpengaruh positif terhadap kepuasan penumpang, artinya semakin tinggi kualitas pelayanan, semakin tinggi penerimaan penumpang terhadap harga (kesesuaian, wajar, terjangkau), semakin tinggi ketepatan waktu, semakin tinggi keberagaman rute diikuti dengan semakin tinggi kualitas pelayanan.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini menemukan bahwa kualitas pelayanan, harga, ketepatan waktu berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan penumpang (tabel 3). Harga tiket yang murah, kualitas pelayanan, ketepatan waktu, dan jaringan rute yang luas merupakan fokus strategi bersaing maskapai Lion Air d tengah lingkungan yang semakin kompetitif. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan penumpang Lion Air ($p<0.05$) (tabel 3). Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya (Bellizzi *et al.*, 2020; Shen & Yahya, 2021; Souza *et al.*, 2021; Tsafarakis *et al.*, 2017) yang juga menemukan bahwa kualitas layanan yang diberikan oleh maskapai penerbangan berdampak positif pada kepuasan penumpang. Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas layanan merupakan instrumen penting maskapai penerbangan untuk mencapai tujuan strategis bisnis. Upaya untuk menyediakan layanan berkualitas tinggi telah menjadi persyaratan di pasar di antara maskapai penerbangan.

Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan penumpang Lion Air ($p<0.05$) (tabel 3). Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya (Daulay *et al.*, 2022; Kusuma *et al.*, 2023; Riorini & Widayati, 2018; Shen & Yahya, 2021) yang juga menunjukkan bahwa harga yang wajar, sesuai, terjangkau, berpengaruh positif terhadap kepuasan penumpang. Lion Air merupakan salah satu perusahaan penerbangan yang menggunakan strategi berbiaya rendah. Lion Air menawarkan kelebihan, terutama bagi penumpang yang mencari penerbangan dengan biaya terjangkau. LCC merupakan pilihan strategi Lion Air untuk bertahan ditengah persaingan yang semakin kuat. Selain strategi berbiaya rendah melalui harga tiket yang murah, Lion Air juga tetap menjaga kualitas pelayanan seperti melalui kemudahan dalam pemesanan tiket, ketepatan waktu, serta jaringan rute yang luas.

Selain kualitas pelayanan dan harga, ketepatan waktu berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan penumpang Lion Air ($p<0.05$) (tabel 3). Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya (Bellizzi *et al.*, 2020; Riorini & Widayati, 2018) yang juga menunjukkan bahwa ketepatan

waktu berpengaruh positif terhadap kepuasan penumpang. Ketepatan waktu keberangkatan dan kedatangan pesawat menjadi salah satu aspek penting yang dinilai oleh penumpang dalam memilih maskapai. Keterlambatan penerbangan dapat menyebabkan penumpang mengalami kerugian waktu, biaya tambahan (seperti biaya transportasi lanjutan atau akomodasi), dan ketidaknyamanan lainnya. Penumpang merupakan penerima manfaat utama dari ketepatan waktu. Ketepatan waktu merupakan faktor penting yang mempengaruhi kepuasan. Penumpang berharap bahwa penerbangan berangkat dan tiba tepat waktu, tanpa gangguan atau penundaan. Hal tersebut dapat berdampak negatif pada seluruh pengalaman perjalanan, keluhan, ulasan negatif, dan reaksi di media sosial. Penumpang cenderung mengevaluasi pengalaman perjalanan mereka secara keseluruhan berdasarkan ketepatan waktu penerbangan. Keterlambatan dapat menyebabkan penumpang merasa tidak puas dengan layanan yang diberikan maskapai.

Keberagaman rute juga merupakan faktor penting terhadap kepuasan penumpang. Keberagaman rute berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan penumpang Lion Air ($p < 0.05$) (tabel 3). Rute yang menghubungkan berbagai kota atau wilayah, terutama di negara kepulauan seperti Indonesia, sangat penting untuk mobilitas dan ekonomi. Ketersediaan rute merupakan aspek mendasar dari kepuasan penumpang, karena secara langsung memengaruhi aksesibilitas transportasi (Shen & Yahya, 2021). Penumpang lebih menyukai rute yang mencakup area yang luas dan menghubungkan berbagai tujuan secara efisien. Frekuensi layanan pada rute tertentu berdampak signifikan pada kepuasan penumpang. Frekuensi yang lebih tinggi mengurangi waktu tunggu dan membuat rute lebih menarik. Informasi yang jelas dan akurat tentang rute, jadwal, dan gangguan potensial apa pun sangat penting untuk kepuasan penumpang. Rute juga merupakan faktor penting yang mempengaruhi loyalitas (Wibisono, 2014). Meskipun ketersediaan rute merupakan aspek penting dari kepuasan penumpang, itu hanyalah satu bagian dari keseluruhan. Pendekatan holistik yang mempertimbangkan semua aspek kualitas layanan diperlukan untuk meningkatkan kepuasan penumpang secara keseluruhan terhadap transportasi umum.

HASIL

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor determinan kepuasan penumpang pada maskapai penerbangan dengan biaya rendah atau yang dikenal dengan *low-cost carriers* (LCC). Faktor determinan ditinjau dari kualitas pelayanan, harga, ketepatan waktu dan keberagaman rute. Studi melalui pendekatan survei 200 penumpang Lion Air menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, harga, ketepatan waktu dan keberagaman rute memiliki dampak positif yang signifikan terhadap kepuasan penumpang. Hasil penelitian ini memberikan implikasi bahwa kualitas pelayanan, harga, ketepatan waktu dan keberagaman rute merupakan faktor penting bagi LCC untuk bertahan hidup di pasar penerbangan yang sangat kompetitif. Studi ini menambah penelitian yang sangat terbatas tentang pasar penerbangan negara berkembang dalam hal kualitas layanan maskapai, pentingnya harga tiket pesawat yang tepat, dan kepuasan. Selain itu, studi ini memberikan bukti empiris untuk hubungan antara ketepatan waktu dan jaringan rute terhadap kepuasan penumpang.

Implikasi praktis hasil penelitian ini bagi manajemen maskapai yaitu selain harga tiket yang murah juga perlu tetap memperhatikan kualitas pelayanan, ketepatan waktu, dan jaringan rute yang luas. Temuan penelitian ini tidak hanya memberikan masukan pembuat kebijakan dan manajemen LCC tentang cara mengembangkan strategi kompetitif untuk mempertahankan pelanggan, tetapi juga mengungkapkan apa saja item atau faktor penting yang paling dihargai oleh penumpang, yang akan membantu manajemen LCC dalam memutuskan cara mengalokasikan sumberdaya secara efektif sesuai situasi ekonomi saat ini.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Ban, H., & Kim, H. (2019). Understanding Customer Experience and Satisfaction through Airline Passengers ' Online Review. *Sustainability*, *11*, 4066. <https://doi.org/10.3390/su11154066>
- Bellizzi, M. G., Olio, L., Eboli, L., Forciniti, C., & Mazzulla, G. (2020). Passengers ' Expectations on Airlines ' Services: Design of a Stated Preference Survey and Preliminary Outcomes. *Sustainability*, *12*, 4707; <https://doi.org/10.3390/su12114707>
- Daulay, R., Hafni, R., Mirsya, S., & Nasution, A. (2022). The Determinant Model of Passenger Satisfaction with Low-Cost Carrier Airlines in Indonesia During the Covid-19 Pandemic. *Advances in Economics, Business and Management Research: Proceedings of the 7th Sriwijaya Economics, Accounting, and Business Conference (SEABC 2021)*, *210*, 197–203.
- Fine, L. M. (2012). Services marketing. *Business Horizons*, *2008*, 163–168. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2008.01.008>
- Kim, J., & Park, J. (2019). The Effect of Airport Self-Service Characteristics on Passengers ' Perceived Value, Satisfaction, and Behavioral Intention: Based on the SOR Model. *Sustainability*, *11*, 5352. <https://doi.org/10.3390/su11195352>
- Kusuma, A., Praja, A., Septiawan, R. A., Yanuar, T., Syah, R., Sari, E. M., Dewi, M. P., Katijan, P. S., Cionita, T., & Lai, Y. L. (2023). Sustainable Development Strategy of Low-Cost Airlines: Empirical Evidence for Indonesia Based on Analysis of Passenger Loyalty. *Sustainability*, *15*, 2093. <https://doi.org/10.3390/su15032093>
- Riorini, S. V., & Widayati, C. C. (2018). Customer Satisfaction Low Cost Carrier: Stimulus And Its Consequences. *Jurnal Manajemen*, *XXII*(01), 124–138.
- Shen, C., & Yahya, Y. (2021). The impact of service quality and price on passengers ' loyalty towards low-cost airlines: The Southeast Asia ' s perspective. *Journal of Air Transport Management*, *91*(March 2020), 101966. <https://doi.org/10.1016/j.jairtraman.2020.101966>
- Shiwakoti, N., Hu, Q., Pang, M. K., Cheung, T. M., Xu, Z., & Jiang, H. (2022). Passengers ' Perceptions and Satisfaction with Digital Technology Adopted by Airlines during COVID-19 Pandemic. *Future Transp*, *2*, 988–1009. <https://doi.org/10.3390/futuretransp2040055>
- Souza, M. De, Christian, G., Bezerra, L., & Correia, A. R. (2021). Passenger Expectations and Airport Service Quality: Exploring Customer Segmentation. *Transportation Research Record*, 1–12. <https://doi.org/10.1177/03611981211011992>
- Tsafarakis, S., Kokotas, T., & Pantouvakis, A. (2017). A multiple criteria approach for airline passenger satisfaction measurement and service quality improvement. *Journal of Air Transport Management*, 1–15. <https://doi.org/10.1016/j.jairtraman.2017.09.010>
- Tutan, A. (2020). Passenger Satisfaction Scale for Public Transportation. *Transportation Research Record*, 1–9. <https://doi.org/10.1177/0361198120961382>
- Wibisono, K. (2014). Pengaruh rute penerbangan dan promosi terhadap loyalitas pelanggan maskapai penerbangan lion air di yogyakarta. *Optimal*, *11*(1), 15–25.