

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sarana penerbangan adalah salah satu sarana pengangkutan yang perlu diperhatikan dan sangat penting peranannya. Pengangkutan udara mempermudah dalam melakukan transportasi antar pulau maupun daerah dengan waktu yang lebih singkat, selain itu juga biayanya masih dapat dijangkau oleh masyarakat.

Perkembangan angkutan udara yang semakin banyak muncul dan memberikan kepuasan semakin mempengaruhi gaya hidup masyarakat, sehingga kini masyarakat lebih sering menggunakan pesawat udara sebagai alatangkutannya baik untuk bepergian dalam sebuah pulau maupun antar pulau. Pesawat udara memiliki kecepatan yang melebihi alat pengangkutan yang lain, seperti pengangkutan darat dan laut. Bepergian ke pulau lain atau dalam sebuah pulau yang memiliki jarak jauh, apabila dilakukan dengan menggunakan pesawat udara akan menempuh waktu yang jauh lebih singkat dibandingkan dengan menggunakan transportasi darat maupun laut.

Peningkatan yang tinggi dalam bisnis penerbangan sayangnya tidak seirama baik secara kuantitas maupun kualitas. Banyaknya maskapai penerbangan baru yang muncul memang memberikan banyak pilihan pada masyarakat, sehingga dengan

adanya hal ini dapat menimbulkan kebingungan dan rasa khawatir pada masyarakat. Tarif yang ditawarkan mungkin saja tidak diimbangi dengan kualitas layanan kepada penumpang. Mengenai kualitas layanan yang masih buruk masih dapat diterima, namun apabila tarif murah itu tidak diimbangi dengan kelayakan dari pesawat maka dapat berakibat fatal.

Beberapa tahun belakangan, industri penerbangan nasional berkembang dengan cukup pesat, sehingga dihadapkan pada situasi dimana kondisi ini membuat bertambahnya jumlah maskapai penerbangan yang beroperasi dengan menawarkan berbagai produk dan jasa untuk menarik konsumen sebanyak-banyaknya. Hal ini ditunjukkan dengan terdapatnya sekitar 57 maskapai penerbangan nasional baik dalam maupun luar negeri.

Salah satu maskapai yang terdapat didalam negeri dan yang menjadi pilihan banyak konsumen adalah maskapai Garuda Indonesia. Garuda Indonesia adalah maskapai penerbangan Indonesia yang berkonsep sebagai maskapai dengan pelayanan penuh (*full service airlines*), karena itu Garuda Indonesia menjadi salah satu maskapai yang paling banyak diminati terutama dalam kalangan bisnis. Garuda Indonesia mengoperasikan 82 armada untuk melayani 33 rute domestik dan 18 rute internasional termasuk Asia (Regional Asia Tenggara, Timur Tengah, China, Jepang dan Korea Selatan), Australia serta Eropa (Belanda). Garuda Indonesia berdiri pada tahun 1949 dan menambahkan *tagline* dengan “*The Airline of Indonesia*” sebagai pengenalan maskapai pembawa bendera bangsa (*flag carrier*) di tengah persaingan industri penerbangan yang semakin ketat baik di tingkat nasional dan khususnya di tingkat internasional, adanya *tagline* tersebut, Garuda Indonesia semakin memantapkan menuju maskapai kelas dunia.

Untuk meningkatkan pelayanan, Garuda Indonesia telah membuat layanan baru yang disebut "*Garuda Indonesia Experience*". Layanan baru ini membuat konsep yang menjadi khas asli Indonesia dalam segala aspek. Untuk mendukung layanan ini, semua armada baru dilengkapi dengan interior paling canggih, yang dilengkapi LCD TV layar sentuh individual di seluruh kelas bisnis dan kelas ekonomi. Selain itu, penumpang juga dimanjakan dengan *Audio and Video on Demand* (AVOD), yaitu sistem hiburan yang menawarkan berbagai pilihan film atau lagu, sesuai pilihan masing-masing penumpang.

Setelah melalui masa-masa sulit, kini Garuda Indonesia melanjutkan kesuksesan dengan menjalankan program 5 tahun ekspansi. Program ini dikenal dengan nama '*Quantum Leap*'. Program ini diharapkan dapat membawa perusahaan menjadi lebih besar lagi, dengan jaringan yang lebih luas dan diiringi dengan kualitas pelayanan yang semakin baik. Nama "Garuda" diberikan oleh Presiden Soekarno karena nama tersebut diambil dari jaman Belanda yang ditulis oleh penyair terkenal, Noto Soeroto; "*Ik ben Garuda, Vishnoe's vogel, die zijn vleugels uitslaat hoog bovine uw einladen*", yang artinya, "Saya Garuda, burung Vishnu yang melebarkan sayapnya tinggi di atas kepulauan Anda".

Sebagai operator penerbangan yang memiliki sertifikat IOSA, Garuda Indonesia mengedepankan aspek *service, safety* dan *security plus compliance*. Hal ini juga bertujuan untuk menumbuhkembangkan kepercayaan masyarakat agar memilih Garuda Indonesia sebagai penyedia jasa penerbangan dengan berbagai penghargaan terbaik yang sudah diraih. www.garudaindonesia.com diakses pada 25 januari 2015/18:00

Berikut ini disajikan data penghargaan (*Best Brand*) yang pernah diraih oleh maskapai Garuda Indonesia.

Tabel 1.1 Data Penghargaan (*Best Brand*) Maskapai Garuda Indonesia Periode Tahun 2006 - 2013

| No | Keterangan | Tahun 2006-2011 | Tahun 2012 | Tahun 2013 |
|----|--|---|--|--|
| 1 | <i>ANNUAL REPORT AWARDS</i> | <i>Awarded by Bappepam LK, IDX, Bank Indonesia, the State Ministry of State-Owned Enterprises, KNKG, IAI, Directorate General of Tax, Indonesian Ministry of Finance.</i> | | |
| 2 | <i>ASIA MONEY CORPORATE GOVERNANCE POLL</i> | <i>“Best for Investor Relations in Indonesia – 3rd place” “Best for Shareholder’s Rights and Equitable Treatment in Indonesia – 3rd place” “Overall Best Company in Indonesia for Corporate Governance – 3rd place”</i> | | <i>“Best for Responsibilities of Management and The Board of Directors in Indonesia – 3rd place” Awarded by Asia Money</i> |
| 3 | <i>INDONESIA MOST ADMIRED COMPANIES</i> | <i>“The Best 20 Most Admired Companies in Indonesia” Awarded by Fortune Indonesia</i> | | |
| 4 | <i>VISION AWARDS ANNUAL REPORT COMPETITION</i> | <i>First Rank Top 100 Annual Report Worldwide “First Rank (Platinum Award) category Aerospace and Defense” “Special Achievement Award : The Most Engaging Annual Report (Platinum) Worldwide”</i> | <i>First Rank (Platinum Award) category Transportation & Logistics Ranking at #6 Top 100 Annual Reports Worldwide Ranking at #4 Top 50 Annual Reports In The Asia-Pacific Region Best In -House Annual Report – Platinum – Worldwide</i> | |
| 5 | <i>THE BEST BUMN MARKETERS AWARDS</i> | | <i>Gold Winner, category : Strategic Marketing Silver Winner, category: Tactical Marketing Silver Winner, category: Special Award Awarded by BUMN Track Magazine</i> | |

Sumber: www.garudaindonesia.com diakses pada 14 januari 2015/22:10

Dalam maskapai Garuda Indonesia, ada tiga jenis macam harga tiket berdasarkan kelasnya, antara lain :

1. Kelas pertama (*First Class*)

Kelas pertama adalah kelas dimana paling banyak peminatnya untuk kalangan eksekutif atau menengah keatas, karena didalam kelas pertama Garuda Indonesia penumpang dapat merasakan kenyamanan dengan fasilitas yang mencukupi dan memadai dibandingkan dengan kelas yang lain.

2. Kelas Bisnis (*Bussines Class*)

Untuk penumpang kelas bisnis, duduk dan bersantai dengan kenyamanan kursi ergonomis dengan ruang kaki yang lapang hingga 42 inci, dalam Boeing 737-800 Next Generation. Seluruh armada dilengkapi dengan *head rest* fleksibel yang dapat disesuaikan untuk kenyamanan posisi istirahat. Garuda Indonesia juga menyediakan *power socket* di masing-masing kursi sehingga selama penerbangan tetap dapat menyelesaikan pekerjaan dengan laptop atau *gadget* lainnya. Target utama dari kelas bisnis adalah khusus untuk pelaku bisnis yang ingin dengan nyaman menikmati penerbangannya dengan harga yang terjangkau.

3. Kelas Ekonomi (*Economy Class*)

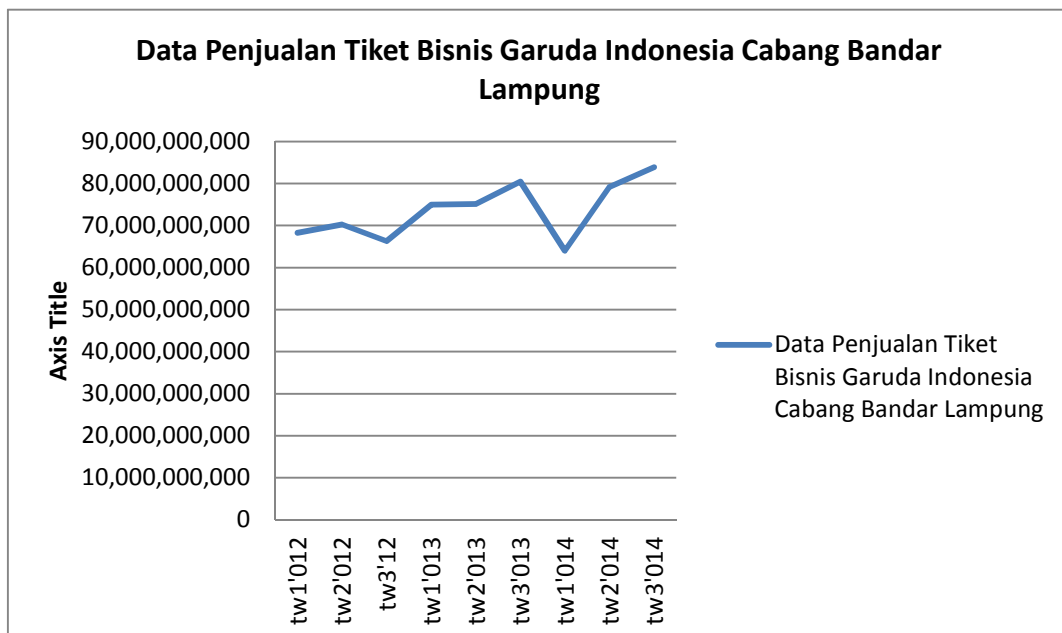
Untuk penumpang *Economy Class*, konsumen dapat bersantai dengan kenyamanan kursi ergonomis dengan ruang kaki yang lapang, hingga 31 inci, dalam Boeing 737-800 Next Generation. Kelas ekonomi juga merupakan kelas dimana banyak peminat karena promo harga yang diberikan dari perusahaan, harga dari kelas ekonomi paling terjangkau dari harga kelas pertama dan kelas bisnis.

Sumber: www.garudaindonesia.com diakses pada 11 Januari 2015/18:45

Sejak tahun 2010 PT Garuda Indonesia meresmikan kantor cabang di Bandar Lampung, sehingga masyarakat dengan mudah membeli tiket penerbangan. Seiring dengan meningkatnya permintaan penerbangan dari kota Bandar Lampung ke kota lainnya, maka berikut ini adalah data penjualan tiket PT Garuda Indonesia cabang Bandar Lampung 2012-2014

Tabel 1.2 Data penjualan tiket bisnis Garuda Indonesia Cabang Bandar Lampung 2012 -2014

| Periode | Data penjualan | % |
|-----------------------|--------------------|----------|
| 1jan – 31 april 2012 | Rp. 68.286.410.879 | |
| 1 mei- 31 agus 2012 | Rp. 70.279.471.112 | 2.92 % |
| 1sep – 31 des 2012 | Rp. 66.293.350.507 | -5.68 % |
| 1 jan – 31 april 2013 | Rp. 74.972.475.039 | 13.10 % |
| 1 mei – 31 agus 2013 | Rp. 75.127.985.579 | 0.20 % |
| 1 sep – 31 des 2013 | Rp. 80.437.811.379 | 7.06 % |
| 1 jan – 31 april 2014 | Rp. 63.897.811.387 | -20.69 % |
| 1 mei – 31 agus 2014 | Rp. 79.127.118.357 | 24.02 % |
| 1 sep – 31 des 2014 | Rp. 83.897.997.187 | 6.02 % |



Sumber : Tabel 1.2

Gambar 1.2 Diagram Data penjualan Tiket Bisnis Garuda Indonesia di Bandar Lampung Periode 2012 – 2014

Berdasarkan Tabel 1.2 dapat dilihat bahwa terjadi kenaikan pada tahun 2013 ke 2014 sebesar Rp. 3.615.345 Namun di tahun 2014 terjadi penurunan jumlah transaksi sebesar Rp. 2.305.380. Persoalannya saat ini adalah peningkatan persentase transaksi penjualan tersebut kecil, bahkan pada tahun 2014 terjadi penurunan yang cukup signifikan dari tahun sebelumnya pada tahun 2013. Hal ini terjadi dikarenakan persaingan antar pengusaha semakin meningkat sehingga terjadi penurunan yang cukup signifikan.

Peningkatan tiket tentunya sangat mempengaruhi total penumpang dan total bagasi di maskapai Garuda Indonesia cabang Bandar Lampung.

Tabel 1.3 Data Total Penumpang Rute Bandar Lampung-Jakarta Maskapai Garuda Indonesia Tahun 2012-2014

| Tahun 2012 | Penumpang/ orang | Tahun 2013 | Penumpang/ orang | Tahun 2014 | Penumpang/ orang |
|------------|---------------------|------------|---------------------|------------|---------------------|
| Januari | - | Januari | 5.665 | Januari | 2.812 |
| Februari | 3.557 | Februari | 5.113 | Februari | 3.488 |
| Maret | 3.578 | Maret | 5.678 | Maret | 3.763 |
| April | 4.222 | April | 5.942 | April | 3.194 |
| Mey | 4.899 | Mey | 5.423 | Mey | 3.098 |
| Juni | 4.768 | Juni | 6.990 | Juni | 3.284 |
| Juli | 4.234 | Juli | 6.913 | Juli | 3.127 |
| Agustus | 4.890 | Agustus | 6.283 | Agustus | 3.267 |
| September | 4.231 | September | 6.098 | September | 3.332 |
| Oktober | 4.211 | Oktober | 6.514 | Oktober | 3.783 |
| November | 4.344 | November | 6.052 | November | 3.216 |
| Desember | 4.567 | Desember | 6.111 | Desember | 3.977 |
| Total | 47.501 | Total | 67.122 | Total | 40.341 |

Sumber: Perusahaan PT.Garuda Indonesia Cabang Bandar Lampung

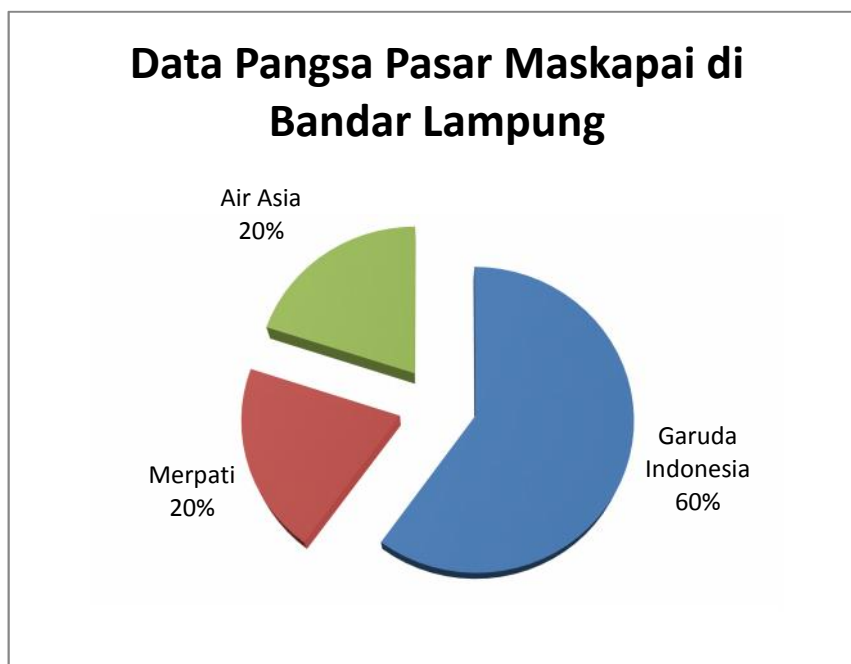
Berdasarkan tabel 1.3 bisa dilihat pada tahun 2013 mengalami kenaikan penumpang sebanyak 67.122 penumpang, sedangkan pada tahun 2014 terjadi penurunan yang drastis pada maskapai Garuda Indonesia di Bandar Lampung sebanyak 40.341 penumpang.

Sektor transportasi nasional khususnya jasa udara dihadapkan pada situasi persaingan yang sangat ketat dengan penerbangan nasional dan internasional, banyak perusahaan yang mengalami kebangkrutan akibat dari persaingan, jika tidak didukung oleh manajemen yang baik, promosi yang menarik, pelayanan dan pengelolaan yang baik. Berikut daftar pangsa pasar maskapai penerbangan di Bandar Lampung.

Tabel 1.4 Data Pangsa Pasar Maskapai Penerbangan di Bandar Lampung

| No | Nama Maskapai | Pangsa Pasar |
|----|------------------|--------------|
| 1 | Garuda Indonesia | 60 % |
| 2 | Merpati | 20 % |
| 3 | Air Asia | 20 % |

Sumber : <http://lembing.com/8-maskapai-penerbangan-indonesia-terbaik/5-februari-2015/23:30>



Sumber : Tabel 1.4

Gambar 1.2 Diagram Pie Data Pangsa Pasar Maskapai di Bandar Lampung, Tahun 2014

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat dilihat bahwa data pesaing dari maskapai

Penerbangan udara adalah Garuda Indonesia dimana sebagai pemimpin pasar sebesar 60 % dan disusul dengan Air Asia sebesar 20 % dan juga Merpati sebesar 20% dari ketiga maskapai terjadi persaingan yang cukup ketat dalam pangsa pasar maskapai.

Berdasarkan persaingan yang cukup ketat, ada beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi seseorang dalam melakukan pembelian suatu produk baik itu berupa barang maupun berupa jasa terdiri dari usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan dan lingkungan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri (Kotler, 2009 : 188). Pilihan produk sangat dipengaruhi oleh keadaan ekonomi sekarang. Gaya hidup pada prinsipnya adalah pola seseorang dalam mengelola waktu dan uangnya. Gaya hidup mempengaruhi perilaku seseorang yang pada akhirnya menentukan pola konsumsi seseorang. Plumer (1974:35) mengatakan bahwa segmentasi gaya hidup mengukur aktifitas-aktifitas manusia dalam hal:

1. Pola seseorang dalam menghabiskan waktunya
2. Minat seseorang
3. Pandangan seseorang terhadap diri sendiri dan orang lain
4. Karakter-karakter dasar seperti tahap yang dilalui seseorang dalam kehidupan (*life cycle*), penghasilan, pendidikan, dan di mana mereka tinggal. VALS (*Value and Lifestyle*) adalah salah satu contoh pendekatan segmentasi gaya hidup.

Maka berdasarkan uraian yang telah dijelaskan, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang dituangkan dalam skripsi berjudul “**Pengaruh Gaya Hidup Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Tiket Bisnis Di Garuda Indonesia (Cabang Bandar Lampung)**”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan, maka dapat diidentifikasi beberapa hal yaitu :

Masyarakat kini lebih menyukai menggunakan transportasi penerbangan udara dibandingkan dengan transportasi darat dan laut, karena dapat memotong waktu dengan singkat, dengan demikian semakin banyaknya penerbangan udara yang bermunculan, Garuda Indonesia menjadi yang paling utama diminati banyak kalangan dalam menggunakan jasa penerbangan udara.

Sehingga berdasarkan uraian diatas, maka permasalahannya dapat dirumuskan sebagai berikut :

- Apakah gaya hidup berpengaruh pada keputusan pembelian tiket bisnis di Garuda Indonesia (cabang Bandar Lampung)?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah:

- Untuk menganalisis pengaruh gaya hidup konsumen terhadap keputusan pembelian tiket bisnis Garuda Indonesia di Bandar Lampung.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- Manfaat penelitian ini bagi peneliti adalah penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan untuk konsumen/pelaku bisnis dalam memilih tiket pesawat sesuai dengan kalangannya dan tetap terus akan setia pada layanan Garuda Indonesia, dalam arti penelitian ini dapat membantu masyarakat dalam memperhatikan apa yang diinginkan dan dibutuhkan dalam memilih sebuah keputusan.
- Manfaat penelitian ini untuk perusahaan adalah perusahaan bisa dapat mempertahankan atau memotivasi perusahaan agar terus memberikan pelayanan yang baik kepada masyarakat sehingga semakin banyak masyarakat yang memberikan kesetiaan (*loyalitas*) untuk perusahaan ini.
- Manfaat lain yang dapat diberikan adalah untuk akademis yaitu menambah ilmu pengetahuan, pengenalan dan pengamatan tentang penerbangan Garuda Indonesia, dan dapat memberikan rekomendasi yang baik untuk masyarakat dalam memilih penerbangan pesawat.

1.5 Kerangka Penelitian

1.5.1 Gaya Hidup (X)

Gaya hidup yaitu pola hidup di dunia yang diekspresikan oleh kegiatan, minat dan pendapat seseorang. Berikut ini pendapat para ahli mengenai pengertian atau definisi gaya hidup Menurut Solomon (2011 : 235) perspektif pemasaran gaya hidup mengakui bahwa orang seperti mereka ke kelompok atas dasar hal-hal yang ingin mereka lakukan, bagaimana mereka menghabiskan waktu luang mereka, dan bagaimana mereka memilih untuk menghabiskan pendapat lebih mereka.

Kotler & Keller (2009 : 208) juga menjelaskan gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang tercermin dalam kegiatan, minat, dan pendapat, sementara Plumer (1974 : 33) menerangkan bahwa gaya hidup merupakan segmentasi gaya hidup dapat mengukur aktifitas-aktifitas manusia dalam hal pola seseorang dalam menghabiskan waktunya, minat seseorang, pandangan seseorang terhadap diri sendiri dan orang lain, serta karakter-karakter dasar seperti tahap yang dilalui dalam kehidupan yaitu, penghasilan, pendidikan, dan di mana mereka tinggal.

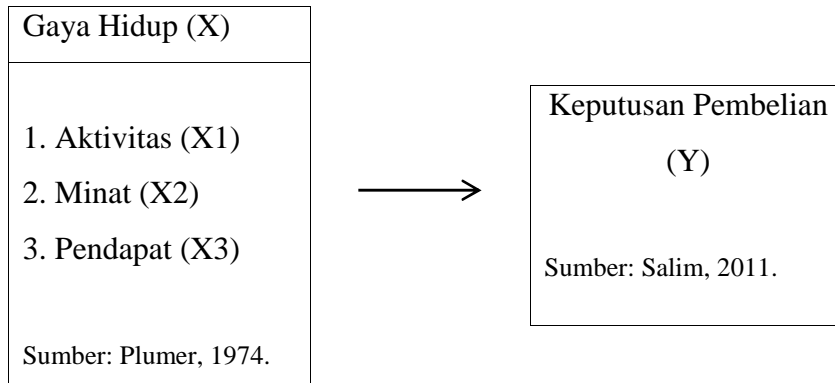
Berdasarkan pengertian-pengertian diatas, dapat disimpulkan gaya hidup terbagi dalam 3 variabel yaitu :

1. Kegiatan (*Activities*) (X1)
2. Minat (*Interest*) (X2)
3. Pendapat (*Opinion*) (X3)

1.5.2 Keputusan Pembelian (Y)

Keputusan Pembelian dapat diartikan bahwa dengan menggunakan berbagai kriteria yang ada dalam benak konsumen. Kotler dan Keller (2009 : 184) mengungkapkan keputusan pembelian merupakan tahap pengambilan keputusan pembelian di mana konsumen benar-benar membeli produk atau jasa. Berdasarkan pengertian diatas, dapat dikatakan keputusan pembelian merupakan suatu tahapan setelah konsumen benar-benar melakukan pembelian.

Berdasarkan konsep- konsep dan uraian yang dijelaskan di atas, maka kerangka pemikiran dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1.3 Kerangka Pemikiran

1.6 Hipotesis

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah dan kerangka pemikiran yang telah diuraikan, maka hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut, diduga : **Terdapat Pengaruh Gaya Hidup Konsumen (X1 Aktivitas, X2 Minat, dan X3 Pendapat) Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Tiket Bisnis Garuda Indonesia di Bandar Lampung.**