

- CONSUMER PERCEPTION

**ANALISIS POSISI PT. GARUDA INDONESIA BERDASARKAN PERSEPSI
KONSUMEN ATAS VARIABEL LAYANAN TRANSPORTASI
PENERBANGAN DIBANDING PESAING**

FF
B 63 / 03
Dew
a

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN
DALAM MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN**



M I I E
PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA

DIAJUKAN OLEH :

DEBBY CYNTHIA DEWI

No. Pokok : 049812215 E

**KEPADA
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA**

2002

SKRIPSI

**ANALISIS POSISI PT. GARUDA INDONESIA BERDASARKAN PERSEPSI
KONSUMEN ATAS VARIABEL LAYANAN TRANSPORTASI
PENERBANGAN DIBANDING PESAING**

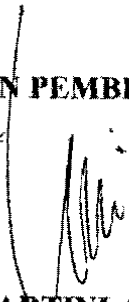
DIAJUKAN OLEH:

DEBBY CYNTHIA DEWI

No. Pokok : 049812215 E

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING,



SRI HARTINI, S.E., M.Si.

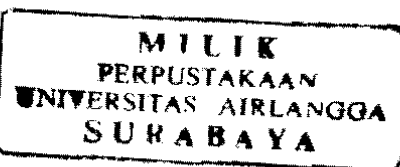
TANGGAL ..19..02..03

KETUA PROGRAM STUDI,



Dr. H. AMIRUDDIN UMAR, S.E.

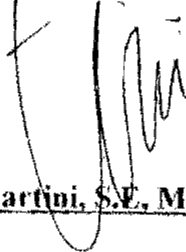
TANGGAL ..19..02..03



Surabaya, 12 DESEMBER 2002

**Skripsi ini telah disetujui
dengan baik dan siap untuk diuji**

Dosen pembimbing,

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Sri Hartini', written over a large, faint circular stamp or watermark.

Sri Hartini, S.E., M.Si.

ABSTRAKSI

Perkembangan dunia transportasi udara semakin berkembang menjadikan persaingan dalam bisnis transportasi udara semakin ketat. Oleh karena itu, perusahaan jasa penerbangan harus memperhatikan persepsi konsumen yang dapat dijadikan acuan dalam memajukan perusahaan. Suatu perusahaan harus mengembangkan strategi yang lebih baik daripada pesaing-pesaingnya agar berhasil dalam persaingan. PT. Garuda Indonesia merupakan perusahaan penerbangan terbesar di Indonesia, tentunya juga menghadapi persaingan yang ketat.

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui posisi PT. Garuda Indonesia di antara pesaing-pesaingnya, ditinjau dari persepsi konsumen terhadap variabel layanan jasa penerbangan. Sehingga dibuat hipotesa, yaitu adanya variabel layanan jasa yang terdiri dari *punctuality* (ketepatan waktu), *schedule* (jadwal penerbangan), *seat* (tempat duduk), *fares and promotion* (harga tiket dan promosi), *check in and boarding*, *in flight services* (pelayanan saat penerbangan), *reservation and reconfirmation* (reservasi dan konfirmasi ulang), *baggage* (fasilitas bagasi penerbangan), *reassigned seat* (pengaturan tempat duduk) dan *aircraft* (pesawat terbang) yang diberikan PT. Garuda Indonesia memiliki posisi bersaing yang bagus dibandingkan dengan perusahaan pesaingnya. Prosedur dalam pengumpulan data, yaitu dengan survei pendahuluan, studi kepustakaan dan penelitian lapangan. Data tersebut kemudian diuji validitas dan reliabilitasnya, selanjutnya dilakukan teknik analisis dengan metode *Tukey's test*, dengan rumus $T_a = q_a (a, f) S_{yt}$, merupakan salah satu alat pengujian hipotesa yang digunakan untuk melihat perbedaan dua atau lebih sampel yang menjadi dasar pada penelitian secara statistik. Dan untuk mengetahui posisi masing-masing variabel layanan jasa penerbangan maupun posisi perusahaan PT. Garuda Indonesia terhadap perusahaan pesaingnya, dapat diperoleh dengan perhitungan skala prioritas dan *mean score*, dengan rumus $N = NPA \times \text{Mean Skor}$.

Sesuai dari data yang diperoleh, kemudian dikelompokkan menjadi tiga berdasarkan kelompok kerja, yaitu pelajar/mahasiswa, pegawai dan wiraswasta. Data tersebut diolah secara statistik sesuai dengan metode *Tukey's test* dan perhitungan skala prioritas, maka hasil yang didapatkan dari penelitian ini adalah adanya perbedaan pada variabel layanan jasa penerbangan antara PT. Garuda Indonesia dengan perusahaan pesaingnya dan posisi PT. Garuda Indonesia ternyata lebih unggul berdasarkan penilaian persepsi konsumen, dibandingkan dengan perusahaan pesaing lainnya.