

## ABSTRAK

Analisis Faktor Manfaat Pada Pelanggan Maskapai Penerbangan Di Kota Padang.

Oleh : Lidya Safitri/2012

Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan pokok yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang, dan mendapatkan laba. Kegiatan pemasaran perusahaan harus memiliki orientasi kepada konsumen, sehingga semua strategi pemasaran harus disusun berdasarkan kebutuhan dan keinginan konsumen agar dapat memberikan kepuasan konsumen.

Maskapai penerbangan adalah organisasi yang menyediakan jasa penerbangan bagi penumpang atau barang. Mereka menyewa atau memiliki pesawat terbang untuk menyediakan jasa tersebut dan dapat membentuk kerja. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor manfaat apa saja yang diinginkan dan dicari oleh pelanggan maskapai penerbangan di kota Padang.

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif yaitu bertujuan untuk memberikan gambaran tentang faktor manfaat pada pelanggan maskapai penerbangan di kota Padang. Tempat penelitian dilakukan di kota Padang yang dimulai pada bulan Mei-Juni 2012. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan maskapai penerbangan di kota Padang dengan menggunakan teknik pengambilan sampel secara *Accidental Sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah dengan analisis deskriptif umum dan analisis faktor.

Hasil penelitian berdasarkan analisis faktor membentuk 8 faktor manfaat, yaitu : 1) Faktor Keselamatan dan Pelayanan, 2) Faktor Iklan dan Citra Perusahaan, 3) Faktor Harga, 4) Faktor Tempat atau Lokasi, 5) Faktor Kemudahan dan Ketepatan Waktu, 6) Faktor Promosi, 7) Faktor Kelengkapan *Crew* Pesawat, 8) Faktor Jadwal Penerbangan.

Dari hasil penelitian, penulis menyarankan kepada pihak maskapai penerbangan di kota Padang untuk lebih memperhatikan faktor keselamatan dan pelayanan dan faktor jadwal penerbangan. Ini merupakan manfaat yang diinginkan pelanggan maskapai penerbangan di kota Padang.