

**ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN JASA
PESAWAT UDARA LION AIR *RUTE* PADANG – JAKARTA DI PADANG**

SKRIPSI

*Diajukan kepada Tim penguji Skripsi Jurusan Ekonomi Pembangunan sebagai
salah satu persyaratan Guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi*



Oleh :

NURUL AINI
NIM. 13589 / 2009

**PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2013**

PERSETUJUAN SKRIPSI

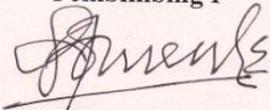
ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN JASA
PESAWAT UDARA LION AIR *RUTE* PADANG – JAKARTA DI PADANG

Nama : Nurul Aini
BP/NIM : 2009/13589
Program Studi : Ekonomi Pembangunan
Keahlian : Perencanaan Pembangunan
Fakultas : Ekonomi

Padang, September 2013

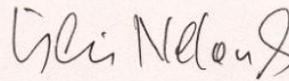
Disetujui Oleh :

Pembimbing I



Drs. Akhirmen, M.Si
NIP. 19621105 198703 1 002

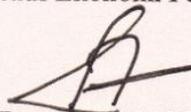
Pembimbing II



Selli Nelonda, S.E, M.Sc
NIP. 19830506 200604 2 001

Diketahui Oleh :

Ketua
Program Studi Ekonomi Pembangunan



Drs. Ali Anis, MS
NIP. 19591129 198602 1 001

PENGESAHAN SKRIPSI

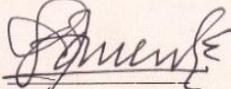
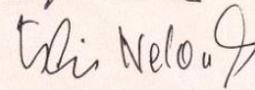
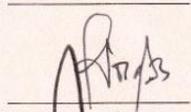
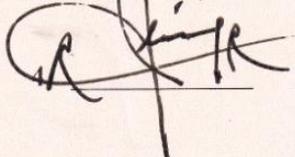
*Dinyatakan Lulus Setelah Dipertahankan Didepan Tim Penguji Skripsi
Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Padang*

ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN JASA PESAWAT UDARA LION AIR RUTE PADANG – JAKARTA DI PADANG

Nama : Nurul Aini
Nim/Bp : 13589/2009
Keahlian : Perencanaan Pembangunan
Program studi : Ekonomi Pembangunan
Fakultas : Ekonomi

Padang, September 2013

Tim Penguji :

NO	Jabatan	Nama	TandaTangan
1.	Ketua	: Drs. Akhirmen, M.Si	1. 
2.	Sekretaris	: Selli Nelonda, S.E, M.Sc	2. 
3.	Anggota	: Melti Roza Adry, S.E, ME	3. 
4.	Anggota	: Dr. Idris, M.Si	4. 

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nurul Aini
Nim/Tahun Masuk : 13589/2009
Tempat/Tanggal Lahir : Kisaran, 15 Juli 1991
Program Studi : Ekonomi Pembangunan
Keahlian : Perencanaan Pembangunan
Fakultas : Ekonomi
Alamat : Jalan Gajah Mada, Kandis IV No. 3 Nanggalo-Padang
No. HP/Telp : 085272721320
Judul Skripsi : Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Jasa Pesawat Udara Lion Air Rute Padang – Jakarta Di Padang

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Karya tulis/ skripsi Saya ini, adalah **asli** dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana), baik di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini merupakan gagasan, rumusan dan penilaian Saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan tim pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Karya tulis/skripsi ini sah apabila ditandatangani **Asli** oleh Tim Pembimbing, Tim Penguji dan Ketua Program Studi.

Demikianlah pernyataan ini Saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka Saya bersedia menerima **Sanksi Akademik** berupa cabutan gelar yang diperoleh karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Fakultas Ekonomi Univesitas Negeri Padang.

Padang, September 2013
Yang Menyatakan



Nurul Aini
Nim/Bp. 13589/2009

ABSTRAK

Nurul Aini (2009/13589) : Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Jasa Pesawat Udara Lion Air *Rute* Padang – Jakarta Di Padang. Skripsi Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Padang. Dibawah Bimbingan Bapak Drs. Akhirmen, M.Si dan Ibu Selli Nelonda, S.E, M.Sc.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis (1) Pengaruh tarif terhadap permintaan jasa pesawat udara Lion Air *rute* Padang – Jakarta di Padang, (2) Pengaruh pendapatan perorang terhadap permintaan jasa pesawat udara Lion Air *rute* Padang – Jakarta di Padang, (3) Pengaruh kualitas pelayanan terhadap permintaan jasa pesawat udara Lion Air *rute* Padang – Jakarta di Padang, (4) Pengaruh secara bersama-sama tarif, pendapatan perorang, dan kualitas pelayanan terhadap permintaan jasa pesawat udara Lion Air *rute* Padang – Jakarta di Padang.

Jenis penelitian ini adalah deskriptif dan asosiatif. Jenis data adalah data primer dengan periode waktu selama satu tahun. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dokumentasi, observasi dan studi pustaka. Sedangkan analisis data yang digunakan adalah Analisis deskriptif dan Induktif, yang terdiri atas : Uji Prasyarat Analisis, yaitu : uji normalitas residual, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas. Analisis Regresi Linier Berganda, Koefisien Determinasi dan Uji Hipotesis, yaitu : Uji t dan Uji F.

Hasil penelitian adalah (1) Tarif tidak berpengaruh signifikan terhadap permintaan jasa pesawat udara Lion Air *rute* Padang – Jakarta di Padang ($\text{sig} = 0,159 > 0,05$), (2) Pendapatan Perorang berpengaruh signifikan terhadap permintaan jasa pesawat udara Lion Air *rute* Padang – Jakarta di Padang ($\text{sig} = 0,000 < 0,05$), (3) Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap permintaan jasa pesawat udara Lion Air *rute* Padang – Jakarta di Padang ($\text{sig} = 0,004 < 0,05$). (4) Secara bersama-sama Tarif, Pendapatan Perorang dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap permintaan jasa pesawat udara Lion Air *rute* Padang – Jakarta di Padang ($\text{sig} = 0,000 < 0,005$).

Saran yang direkomendasikan dalam penelitian ini yaitu, Pihak maskapai Lion Air perlu meningkatkan kualitas pelayanan dalam melayani para penumpang pesawat. Sehingga pengguna jasa pesawat Lion Air tetap memilih jasa pesawat Lion Air ketika berpergian ke Jakarta.

KATA PENGANTAR

Assalamulaikum Wr.Wb

Puji dan syukur penulis panjatkan utama sekali kepada Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “**Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Jasa Pesawat Udara Lion Air Rute Padang – Jakarta Di Padang**”. Tidak lupa pula penulis mengucapkan shalawat beiring salam kepada Nabi Besar Muhammad SAW yang telah membawa kita dari alam yang gelap gulita ke alam yang terang benderang dan penuh dengan ilmu pengetahuan seperti saat ini.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada Bapak Drs. Akhirmen, M.Si sebagai pembimbing I dan Ibu Selli Nelonda, S.E, M.Sc sebagai pembimbing II yang telah menuntun dan membimbing penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini. Selanjutnya, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dekan serta Pembantu Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang telah memberikan fasilitas dan petunjuk-petunjuk dalam penyelesaian skripsi ini.
2. Ibu dan Bapak Ketua dan Sekretaris Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang telah memberikan motivasi dalam mengikuti perkuliahan penyelesaian skripsi ini.

3. Ibu Melti Roza Adry, S.E, M.E yang telah bersedia menguji dan memberikan masukan dalam penyempurnaan penulisan skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu Dosen Staf Pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang telah memberikan pengetahuan yang bermanfaat selama penulis kuliah.
5. Bapak dan Ibu Staf Karyawan Badan Pusat Statistik Sumatera Barat yang telah membantu kelancaran bagi penulis dalam mendapatkan data yang dibutuhkan bagi penyelesaian skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Staf Dinas Perhubungan Sumatera Barat yang telah membantu kelancaran bagi penulis dalam mendapatkan data yang dibutuhkan bagi penyelesaian skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu Responden yang telah membantu mengisi angket penelitian bagi penulis dalam mendapatkan data untuk penyelesaian skripsi ini.
8. Bapak dan Ibu Staf Perpustakaan Fakultas Ekonomi yang memberikan penulis kemudahan dalam mendapatkan bahan bacaan.
9. Kedua orang tua beserta keluarga tercinta yang telah memberikan bantuan moril dan materil kepada penulis.
10. Rekan-rekan seperjuangan Ekonomi Pembangunan Reguler dan Non Reguler 2009 yang telah memberikan semangat dan dorongan sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.

Akhirnya dengan kerendahan hati, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan oleh karena itu penulis mengharapkan di masa

yang akan datang. Selanjutnya penulis berharap skripsi ini bermanfaat bagi pembaca umumnya dan penulis khususnya. Amin.

Padang, September 2013

Penulis

NURUL AINI

DAFTAR ISI

	Hal
ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
LAMPIRAN.....	x
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian.....	10
BAB II KAJIAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS	
A. Kajian Teori.....	11
1. Teori Perilaku Konsumen.....	11
2. Fungsi Permintaan	18
3. Elastisitas Permintaan.....	18
4. Teori Transportasi.....	20
5. Konsep Jasa	23
6. Temuan Penelitian Sejenis.....	28
B. Kerangka Konseptual	30
C. Hipotesis.....	32
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	33
B. Tempat dan Waktu Penelitian	33
C. Populasi dan Sampel	33

D.	Jenis dan Teknik Pengumpulan Data	35
E.	Variabel Penelitian	36
F.	Defenisi Operasional	36
G.	Kuesioner Penelitian	37
H.	Teknik Analisis Data.....	40
	1. Analisis Deskriptif	40
	2. Analisis Induktif.....	42
I.	Uji Hipotesis	46
	1. Uji t.....	46
	2. Uji F.....	47

BAB IV TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A.	Temuan Penelitian.....	49
	1. Gambaran Umum Bandar Udara Internasional Minangkabau.....	49 50
	2. Gambaran Umum Maskapai Lion Air.....	51
	3. Karateristik Responden.....	55
	4. Deskriptif Variabel penelitian.....	67
	5. Uji Prasyarat Analisis.....	70
	6. Analisis Regresi Linier Berganda.....	72
	7. Analisis Koefisien Determinasi.....	73
	8. Pengujian Hipotesis.....	76
B.	Pembahasan.....	80

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A.	Simpulan.....	82
B.	Saran.....	84

DAFTAR PUSTAKA.....

LAMPIRAN.....

DAFTAR TABEL

	Hal
TABEL	
1 Pendapatan Regional Perkapita Provinsi Sumatera Barat Atas Dasar Harga Berlaku Tahun 2007-2011.....	3
2 Jumlah Penumpang Pesawat Terbang Lion Air Yang Berangkat Di Bandara Internasional Minangkabau Tahun 2009 – 2012.....	7
3 Batas Tarif Atas dan Batas Tarif Bawah Rute Padang – Jakarta Kelas Ekonomi Dari Bandara Internasional Minangkabau	8
4 Hasil Pengujian Validitas Kehandalan.....	38
5 Hasil Pengujian Validitas Daya Tanggap.....	38
6 Hasil Pengujian Validitas Jaminan.....	38
7 Hasil Pengujian Validitas Empati.....	38
8 Hasil Pengujian Validitas Bukti Fisik.....	38
9 Hasil Pengujian Realibilitas.....	39
10 Distribusi Frekuensi Usia Responden.....	51
11 Distribusi Frekuensi Jenis Kelamin.....	52
12 Distribusi Frekuensi Status Marital Responden.....	53
13 Distribusi Frekuensi Tingkat Pendidikan Responden.....	53
14 Distribusi Frekuensi Pekerjaan Responden.....	54
15 Distribusi Frekuensi Rombongan Responden.....	55
16 Tarif Tiket Pesawat Lion Air Rute Padang – Jakarta.....	56
17 Pendapatan Perorang Penumpang Pesawat Lion Air <i>Rute</i> Padang – Jakarta.....	57
18 Distribusi Frekuensi Status Kehandalan.....	58
19 Distribusi Frekuensi Daya Tanggap.....	60

	Hal
20 Distribusi Frekuensi Jaminan.....	61
21 Distribusi Frekuensi Empati.....	63
22 Distribusi Frekuensi Bukti Fisik.....	67
23 Hasil Uji Normalitas Data Residual.....	68
24 Hasil Uji Multikolinearitas.....	69
25 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	70
26 Hasil Regresi Linear Berganda.....	71

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR	Hal
1 Jumlah Pesawat Terbang yang Berangkat Menurut Perusahaan Penerbangan Di Bandara Internasional Minangkabau Tahun 2008-2012.....	6
2 Garis Anggaran.....	14
3 Garis Harga-Konsumsi.....	15
4 Perubahan Pendapatan.....	16
5 Analisis Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Jasa Penerbangan pada Pesawat Lion Air di Padang.....	31

DAFTAR LAMPIRAN

	Hal
Lampiran 1: Regresi Linier Berganda.....	84
Lampiran 2: Uji Normalitas Residual.....	85
Lampiran 3: Uji Multikolinearitas.....	86
Lampiran 4: Heteroskedastisitas	86
Lampiran 5: Uji Validitas dan Uji Rehabilitas.....	86
Lampiran 6: Distribusi Frekuensi.....	92

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kebutuhan adalah keadaan dari perasaan kekurangan, keinginan merupakan kebutuhan manusia yang terbentuk oleh budaya dan kepribadian seseorang. Keinginan terbentuk oleh masyarakat dan dipaparkan dalam bentuk objek yang bisa memuaskan kebutuhan. Ketika didukung oleh daya beli, keinginan menjadi permintaan (*demand*). Mengingat keinginan dan sumber dayanya, manusia menuntut manfaat produk yang memberi tambahan pada nilai dan kepuasan yang paling tinggi. Begitu juga permintaan pada jasa transportasi, penumpang atau pengguna jasa memerlukan nilai dan kepuasan yang tinggi pula.

Bisnis transportasi merupakan sebuah peluang bisnis yang terbuka sangat lebar. Tak dapat dielakkan, sepanjang masa manusia selalu membutuhkan jasa transportasi. Transportasi udara pun semakin dibutuhkan dengan semakin dinamisnya kehidupan masyarakat yang merupakan dasar kebutuhan akan transportasi udara, perjalanan lintas kota/provinsi bahkan lintas negara menjadi lebih cepat namun tidak mahal.

Tujuan pembangunan nasional, sebagaimana dinyatakan dalam Pembukaan Undang-Undang Dasar 1945, yaitu untuk melindungi segenap bangsa dan seluruh tumpah darah Indonesia, memajukan kesejahteraan umum, mencerdaskan kehidupan bangsa dan ikut melaksanakan ketertiban dunia yang berdasarkan kemerdekaan, perdamaian abadi dan keadilan sosial. Untuk mencapai tujuan pembangunan nasional tersebut, transportasi

mempunyai posisi yang penting dan strategis dalam pembangunan bangsa, khususnya dalam memperlancar roda perekonomian, memperkuat kesatuan dan persatuan serta mampu mempengaruhi semua aspek kehidupan bangsa dan negara, antara lain kehidupan politik, ekonomi dan sosial budaya. Transportasi sebagai salah satu urat nadi perekonomian suatu negara, tidak lepas dari pengaruh atau dampak yang diakibatkan oleh keadaan dan situasi perekonomian yang menunjukkan tingkat perekonomian yang sedang berjalan. Ini berarti bahwa jika kegiatan transportasi terganggu, maka akan mengakibatkan perekonomian terganggu pula.

Transportasi udara memegang peranan yang sangat penting menjangkau seluruh pelosok yang mempunyai kemampuan jangkauan yang jauh dalam relatif yang sangat cepat. Transportasi udara mempunyai kedudukan yang penting bagi masyarakat Indonesia jika dilihat dari segi geografisnya yang merupakan negara kepulauan yang sangat luas, yang terbentuk atas ribuan pulau tersebar di nusantara.

Jenis transportasi udara memiliki karakteristik dan keunggulan yang berbeda jika dibandingkan dengan jenis transportasi lainnya. Hal ini dimungkinkan karena faktor kecepatan dari pesawat tersebut yang dapat menjangkau tempat lain yang tidak dapat dijangkau oleh jenis transportasi lainnya serta dapat digunakan secara fleksibel karena tidak terkait dengan hambatan alam kecuali cuaca. Untuk menjangkau dan mengembangkan potensi sumberdaya alam dan sumberdaya manusia, diperlukan sarana dan prasarana penunjang transformasi sosio ekonomi dan sosio politik, sehingga

memerlukan sarana transportasi yang cepat dan handal. Tetapi dengan kondisi geografis tersebut menyebabkan pembangunan sarana transportasi tidak mudah. Keterbatasan sarana dan prasarana jasa transportasi darat dan laut terutama untuk wilayah terpencil menyebabkan transportasi udara menjadi pilihan menarik.

Peranan transportasi udara sebagai sarana transportasi menjadi semakin penting bagi masyarakat yang membutuhkan waktu yang singkat. Hal ini menyebabkan keadaan persaingan bisnis yang semakin mengglobal yang memerlukan manusia yang memiliki wawasan luas jauh kedepan, kreatif, dinamis, inisiatif, fleksibel, cekatan dan menghargai nilai waktu. Dengan keunggulan yang dimiliki oleh transportasi udara ini, diharapkan akan selalu menjadi pilihan dalam memenuhi segala tuntutan aktivitas masyarakat.

Untuk menaiki pesawat udara, pendapatan sangatlah mempengaruhi seseorang untuk menaiki pesawat udara.

Tabel 1. Pendapatan Regional Perkapita Provinsi Sumatera Barat Atas Dasar Harga Berlaku Tahun 2007-2011

No	Tahun	Jumlah	Pertumbuhan (%)
1	2007	11.762.362,7	-
2	2008	13.769.096,99	17,06
3	2009	14.688.468,49	6,68
4	2010	16.439.092,87	11,92
5	2011	18.486.657,11	12,46

Sumber : BPS Sumatera Barat, 2013

Karena banyaknya masyarakat Sumatera Barat menaiki pesawat udara dari Padang – Jakarta, untuk melihat secara umum pendapatan perkapitanya

dapat dilihat dari tabel di atas. Dari tahun ke tahun pendapatan perkapita penduduk Sumatera Barat mengalami kenaikan pada tahun 2008 terjadi kenaikan sebesar 17,06 % tetapi pada tahun 2009 pendapatan perkapita penduduk di Sumatera Barat terjadi penurunan, hal ini diakibatkan karena terjadinya gempa di Sumatera Barat dan pada tahun 2010 terjadi kenaikan sebesar 11, 92 %. Pada tahun 2011 pendapatan perkapita penduduk provinsi Sumatera Barat sebanyak Rp 18.486.657,11 yang mengalami kenaikan sebesar 12,46% dari pendapatan perkapita tahun 2010.

Dengan adanya kenaikan pendapatan dari tahun ke tahun, daya beli masyarakat Sumatera Barat pun juga akan meningkat untuk memenuhi kebutuhan mereka.

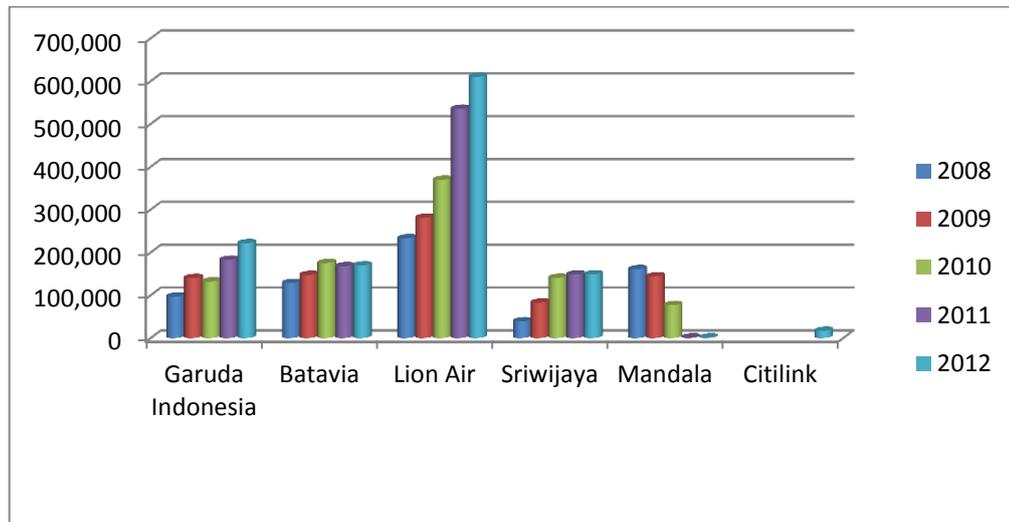
Sesuai dengan sifat permintaan keberadaan sektor transportasi sangat dibutuhkan dalam menyediakan pelayanan jasa sesuai kebutuhan sektor lainnya. Permintaan transportasi mengikuti perkembangan kegiatan ekonomi yang akan memanfaatkannya. Sedangkan disisi lain perkembangan ekonomi dipengaruhi oleh keadaan sistem dan sarana transportasi yang melayaninya. Oleh karena itu, pembangunan sektor transportasi diharapkan dapat menjadi *leading sector* terhadap pertumbuhan sektor-sektor lainnya dalam pembangunan ekonomi.

Struktur pasar jasa angkutan udara Indonesia mulai berubah sejak tahun 1991. Dalam dua tahun terakhir ini disebutkan bahwa pemerintah tidak membatasi jumlah perusahaan pembangunan tetapi mengatur daerah operasi perusahaan angkutan udara niaga berjadwal berdasarkan kepada

keseimbangan *demand* dan *supply*, menerapkan prinsip subsidi silang dan menganut multi airlines sistem atau pada satu rute dapat dilayani oleh lebih dari satu perusahaan penerbangan. Disamping itu, pemerintah juga mengatur *rute* penerbangan dan kapasitas tempat duduk masing-masing perusahaan angkutan udara niaga berjadwal. Dengan memperhatikan prinsip kebijakan yang ditempuh oleh pemerintah dalam menunjang perkembangan angkutan-angkutan udara domestik, memberikan suatu peluang bagi para investor untuk masuk dalam bisnis angkutan udara. Nantinya pertumbuhan perusahaan penerbangan semakin pesat.

Dari Gambar 1, dapat diketahui bahwa jumlah penumpang maskapai Lion Air selalu mengalami kenaikan dari tahun ke tahun tanpa terjadinya penurunan seperti pada jumlah penumpang maskapai lainnya seperti Garuda Indonesia, Batavia, Sriwijaya dan Mandala.

Pada tahun 2012 munculnya maskapai baru yaitu Citilink dimana beroperasi di Bandara Minangkabau Internasional (BIM) pada bulan Oktober 2012 tetapi sudah dipercaya oleh masyarakat dimana pada tiga bulan terakhir dari tahun 2012 jumlah penumpang Citilink yaitu sebanyak 17.252, hal ini dikarenakan murahnya tarif yang diberikan Citilink dan seringnya terjadi promo harga pada *rute* Padang – Jakarta. Maskapai *low cost* lainnya di Sumatera Barat yaitu maskapai Air Asia yang memiliki *rute* Internasional (Padang – Kuala Lumpur) dan maskapai ini juga memiliki kualitas pelayanan yang baik.



Sumber : Dinas Perhubungan Sumatera Barat

Gambar 1. Jumlah Penumpang Pesawat Terbang yang Berangkat Menurut Perusahaan Penerbangan Di Bandara Internasional Minangkabau Tahun 2008-2012

Seiring dengan masuknya maskapai- maskapai penerbangan baru, pangsa pasar Lion Air di *rutenya* sendiri tetap mengalami kenaikan tetapi hal ini tidak menjamin maskapai Lion Air di tahun – tahun berikutnya mengalami kenaikan. Dimana persaingan pada bisnis penerbangan makin terfragmentasi karena hadirnya pemain – pemain swasta lain dengan permodalan yang cukup dan strategi penetrasi bisnis yang brilian. Khususnya munculnya pemain – pemain baru yang amat percaya diri dan cukup sukses mengambil *positioning* sebagai *low cost carrier* yaitu persaingan melalui perang harga tiket murah dan selalu memberikan harga promo kepada para calon penumpang. Ditengah persaingan antar maskapai penerbangan yang semakin ketat, banyak upaya yang dilakukan maskapai-maskapai penerbangan tak terkecuali Lion Air. Sebagai perusahaan penerbangan lama di Indonesia, Lion Air masih stabil dalam bersaing dengan maskapai penerbangan baru lainnya. Lion Air mencari, menarik dan mempertahankan pelanggan untuk memuaskan

pengguna jasanya, terutama melalui sisi performa pelayanannya. Kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian produk dan jasa berkualitas dengan harga bersaing.

Jumlah permintaan Pesawat Udara Lion Air dapat dilihat pada Tabel 1 di bawah ini :

Tabel 2. Jumlah Penumpang Pesawat Terbang Lion Air Yang Berangkat Di Bandara Internasional Minangkabau Tahun 2009 - 2012

NO	BULAN	JUMLAH PENUMPANG				PERTUMBUHAN (%)			
		2009	2010	2011	2012	2009	2010	2011	2012
1	Januari	23,935	25,125	43,487	49,105	-	4,97	73,08	12,92
2	Februari	22,449	23,185	40,089	47,391	-	3,28	72,91	18,21
3	Maret	24,624	27,347	40,860	46,990	-	11,06	49,41	15,00
4	April	22,619	29,778	38,448	51,553	-	31,65	29,12	34,08
5	Mei	24,048	33,167	45,121	50,103	-	37,92	36,04	11,04
6	Juni	24,012	30,212	47,640	51,433	-	25,82	57,69	7,96
7	Juli	24,848	31,833	51,389	46,634	-	28,11	61,43	-9,25
8	Agustus	22,646	26,324	36,076	42,394	-	16,24	37,05	17,51
9	September	17,757	29,036	51,322	58,677	-	63,52	76,75	14,33
10	Oktober	25,458	32,290	46,823	55,125	-	26,84	45,01	17,73
11	November	23,349	38,200	45,804	56,117	-	63,60	19,91	22,52
12	Desember	25,346	43,639	48,458	54,603	-	72,17	11,04	12,68
	JUMLAH	281,091	368,139	535,517	610,125	-	30,97	45,47	13,93

Sumber :Dinas Perhubungan Sumatera Barat, 2013

Dari Tabel 2 dapat dilihat bahwa jumlah penumpang pesawat Lion Air dari dari bulan ke bulan dan dari tahun ke tahun mengalami peningkatan. Hal ini dikarenakan banyaknya *route* pesawat Lion Air dari Padang ke Jakarta, Medan, dan Batam.

Dan penumpang juga memilih pesawat Lion Air dikarenakan pesawat ini selalu datang tepat waktu, hal ini yang memicu para penumpang yang berpergian lebih memilih pesawat Lion Air. Namun, dilihat dari

pertumbuhannya pada Tabel 2, terdapat penurunan pada maskapai Lion Air dari tahun 2011 ke tahun 2012 dimana penyebab penurunan ini disebabkan oleh makin banyaknya maskapai baru yang menguasai pasar penerbangan di Bandara Minangkabau Internasional (BIM) dan menyebabkan pertumbuhannya mengalami penurunan.

Harga tiket juga menjadi salah satu faktor yang dipertimbangkan oleh para penumpang. Pada Tabel 3 di bawah ini dapat kita lihat harga tiket Lion Air pada *route* Padang – Jakarta.

Tabel 3. Batas Tarif Atas dan Batas Tarif Bawah *Route* Padang – Jakarta Kelas Ekonomi Dari Bandara Internasional Minangkabau

Tahun	HargaTiket Pesawat Lion Air	
	Tarif Terendah	Tarif Tertinggi
2006	Rp. 229.080,-	Rp. 799.000,-
2007	Rp. 229.080,-	Rp. 799.000,-
2008	Rp. 609.000,-	Rp. 1.289.000,-
2009	Rp. 609.000,-	Rp. 1.289.000,-
2010	Rp. 423.000,-	Rp. 1.218.000,-

Sumber :Dinas Perhubungan Sumatera Barat, 2013

Dari Tabel 3 dapat dilihat harga tarif terendah dan harga tarif tertinggi tiket Lion Air dari tahun ketahun mengalami kenaikan tetapi pada tahun 2009 ke tahun 2010 tarif tiket Lion Air mengalami penurunan dikarenakan makin banyaknya maskapai-maskapai baru yang bermunculan. Kompetisi harga tiket sesama *airlines* sangat unik dan secara umum bagi pengguna jasa transportasi udara masih diuntungkan, meskipun ada beberapa hak dan tanggung jawab maskapai penerbangan terhadap konsumennya sedikit diabaikan, khususnya pesawat *delay* dan batal.

Berdasarkan data yang dimiliki, penumpang Bandara Minangkabau Internasional hampir 70 % hilir mudik ke Jakarta. Keanekaragaman harga tiket pada setiap maskapai penerbangan digunakan sebagai kiat untuk meningkatkan *load factor* penumpang, semakin jauh hari pembelian tiket semakin murah dan sebaliknya bila dibeli tiket pada satu jam sebelum keberangkatan akan diberikan harga mahal. Namun tak jarang ada juga yang banting harga, tiket saat keberangkatan dijual dengan harga yang sama dengan harga pembelian sebelum keberangkatan.

Tertarik dengan masalah di atas, maka penulis menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan permintaan jasa angkutan udara khusus penumpang di Padang, dalam proposal yang skripsi : “ **Analisis Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Jasa Penerbangan pada Pesawat Lion Air rute Padang – Jakarta di Padang**”.

B. Perumusan Masalah

Adapun perumusan masalah yang akan dibahas pada penelitian ini adalah :

1. Sejauhmana pengaruh tarif tiket pesawat terhadap permintaan jasa angkutan udara *rute* Padang – Jakarta?
2. Sejauhmana pengaruh pendapatan perorang terhadap permintaan jasa angkutan udara *rute* Padang – Jakarta?
3. Sejauhmana pengaruh kualitas pelayanan pesawat udara terhadap permintaan jasa angkutan udara *rute* Padang – Jakarta?
4. Sejauhmana pengaruh tarif, pendapatan, dan kualitas pelayanan terhadap permintaan jasa angkutan udara *rute* Padang – Jakarta?

C. Tujuan Penulisan

Berdasarkan rumusan masalah yang dikemukakan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis :

1. Pengaruh tarif tiket pesawat terhadap permintaan jasa angkutan udara *route* Padang – Jakarta.
2. Pengaruh pendapatan perorang terhadap permintaan jasa angkutan udara *route* Padang – Jakarta.
3. Pengaruh kualitas pelayanan pesawat udara terhadap permintaan jasa angkutan udara *route* Padang – Jakarta.
4. Pengaruh tarif, pendapatan, dan kualitas pelayanan terhadap permintaan jasa angkutan udara *route* Padang – Jakarta.

D. Manfaat Penulisan

Penulis berharap penelitian ini berguna untuk :

1. Pengembangan ilmu pengetahuan yaitu ilmu ekonomi mikro dan ilmu ekonomi transportasi
2. Bagi pengambil keputusan yaitu Sebagai bahan masukan kepada perusahaan penerbangan nasional agar terus dapat meningkatkan mutu dan pelayanan yang lebih baik terhadap konsumen
3. Bagi penelitian lebih lanjut tentang Permintaan Jasa Angkutan Udara di Sumatera Barat
4. Penelitian ini sebagai skripsi untuk menyelesaikan jenjang S1, Prodi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Padang.

BAB II

KAJIAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL, DAN HIPOTESIS

A. Kajian Teori

1. Teori Perilaku Konsumen

Samuelson (2003:97) mengungkapkan bahwa perilaku konsumen dan permintaan dapat dijelaskan oleh preferensi individu, atau kepuasan atas beberapa kombinasi barang individu, atau kepuasan atas beberapa kombinasi barang individu. Menurut Pindyck dan Rubinfeld (2009:72) bahwa teori perilaku konsumen adalah deskripsi tentang bagaimana konsumen mengalokasikan pendapatan antara barang dan jasa yang berbeda-beda untuk memaksimalkan kesejahteraan mereka. Perilaku konsumen dapat dipahami melalui tiga langkah, yaitu :

- a. Preferensi konsumen : langkah pertama adalah menemukan cara yang praktis untuk menggambarkan alasan-alasan orang lebih suka satu barang dari pada barang lain.
- b. Kendala anggaran : sudah pasti konsumen juga mempertimbangkan harga. Oleh karena itu, kita harus menyadari kenyataan bahwa konsumen mempunyai keterbatasan pendapatan yang membatasi jumlah barang yang dapat mereka beli.
- c. Pilihan-pilihan konsumen : dengan mengetahui preferensi dan keterbatasan pendapatan mereka, konsumen memilih untuk membeli kombinasi barang-barang yang memaksimalkan kepuasan mereka.

Dalam teori perilaku konsumen, ada dua pendekatan yang digunakan, yaitu :

a. Pendekatan Kardinal

Pendekatan utilitas kardinal menyatakan bahwa utilitas dapat diukur secara langsung melalui angka-angka. Oleh karena itu, pendekatan ini disebut juga dengan pendekatan kardinal.

Samuelson (2003:97) mengungkapkan bahwa utilitas berarti kepuasan. Lebih tepatnya kata itu mengacu pada kesenangan atau kegunaan subjektif yang dirasakan oleh seseorang dari mengkonsumsi barang dan jasa.

b. Pendekatan Ordinal

Para ahli ekonomi menolak gagasan tentang utilitas yang diukur dengan angka-angka terhadap barang yang dikonsumsi sehari-hari. Kini telah dikembangkan pendekatan baru untuk menjelaskan prinsip memaksimalkan utilitas oleh seorang konsumen dengan pendapatan yang terbatas. Teori ini dikenal dengan teori utilitas ordinal, yang menyatakan bahwa utilitas tidak dapat dihitung, melainkan hanya dapat dibandingkan. Jadi, menurut teori ini yang berlaku adalah apakah seorang konsumen lebih menyukai kombinasi barang tertentu dari pada barang lainnya.

Dalam teori utilitas ordinal digunakan dua pendekatan, yaitu :

1) Kurva Utilitas Sama (*Indifferent Curve*)

Mankiw (2006:572) mengungkapkan bahwa *indifferent curve* memiliki empat karakteristik, yaitu :

- a) Kurva indifferen yang lebih tinggi lebih disukai dari pada kurva yang lebih rendah. Konsumen biasanya lebih suka mengkonsumsi barang dalam jumlah banyak.
- b) Kurva indefferen selalu miring kebawah. Kemiringan ini mencerminkan tingkatan dimana konsumen bersedia mensubtitusi barang yang satu dengan barang yang lainnya,

sehingga, apabila jumlah barang yang satu dikurangi maka jumlah barang yang lainnya harus ditingkatkan.

- c) Kurva indifferen tidak saling berpotongan. Hal ini disebabkan oleh, asumsi sebelumnya yang menyatakan konsumen selalu lebih suka mengkonsumsi barang yang lebih banyak.
- d) Kurva indifferen selalu melengkung ke bawah. Kemiringan ini merupakan tingkat substitusi marginalnya.

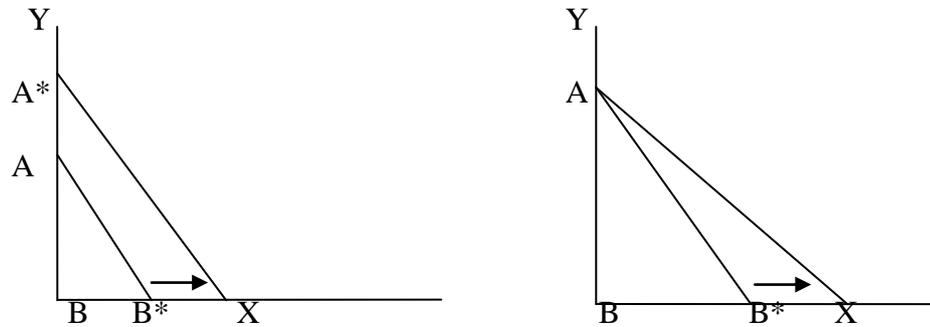
Jadi kurva indifferen dari konsumen menggambarkan preferensi-preferensinya. Suatu kurva indefferen menunjukkan berbagai kombinasi barang yang membuat konsumen sama senangnya. Titik-titik yang terletak pada kurva indifferen yang lebih tinggi lebih dipilih titik-titik pada kurva indefferen yang lebih rendah. Kemiringan suatu kurva indifferen pada titik apapun adalah tingkat substitusi marginal konsumen tersebut tingkat kerelaan konsumen untuk menukar barang yang satu dengan barang lainnya.

2) Garis Anggaran (*Budget Line*)

Arsyad (1995:70) garis anggaran menunjukkan jumlah barang yang dapat dibeli dengan sejumlah pendapatan atau anggaran tertentu, pada tingkat harga tertentu. Ciri –ciri garis anggaran yakni : berslope negatif, berbentuk linier sepanjang harga tidak berubah, nilai garis anggaran semakin kekanan semakin besar, anggaran akan bergeser jika terjadi perubahan anggaran atau harga.

Menurut Kalana dalam Primanda (2012:13) garis anggaran adalah sebagai dana yang tersedia untuk mengkonsumsi sejumlah barang pada suatu tingkat harga tertentu. Jika dimisalkan terdapat dua barang X dan Y maka jumlah yang dapat dibeli untuk barang tersebut tergantung dari rasio

harganya. Sehingga *slope* dari garis anggaran merupakan rasio harga barangnya.



Gambar 2. Garis Anggaran

Pada Gambar 2, pergeseran dari anggaran ini dapat disebabkan oleh perubahan tingkat pendapatan dan perubahan tingkat harga. Jika tingkat pendapatan (M) berubah dan harga-harga tetap maka kedua garis anggaran memiliki *slope* yang sama, sehingga garis anggaran lama akan paralel dengan garis anggaran baru. Sedangkan jika harga yang berubah (misalkan harga barang X turun, pendapatan dan harga barang Y tetap) maka kurva akan berotasi dengan intersep yang sama.

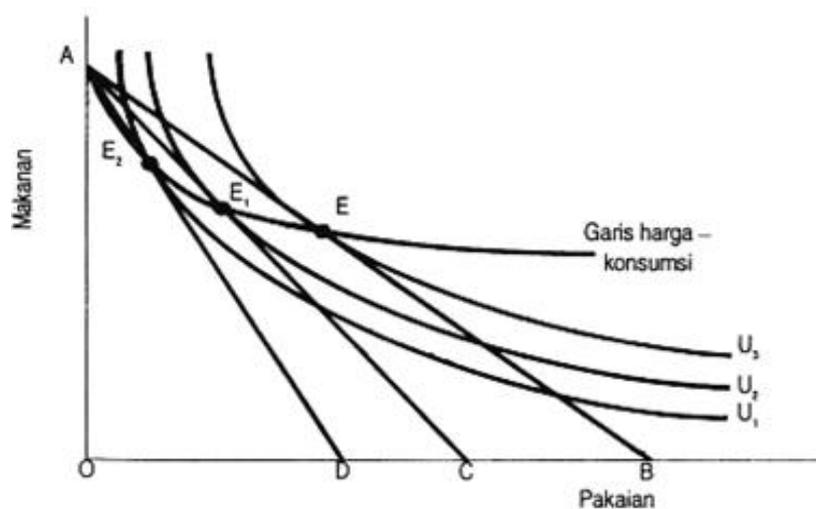
Beberapa faktor ekonomi yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam kegiatan membeli barang dari segi ekonomi mikro, yaitu :

1) Perubahan Harga

Sukirno (2005:179) mengungkapkan bahwa perubahan harga akan mengubah kecondongan garis anggaran pengeluaran.

Pada Gambar 3, dimisalkan garis anggaran pengeluaran awal adalah garis AZ dan disinggung oleh kurva kepuasan U_3 di titik E yang menunjukkan kedudukan kepuasan maksimum bagi konsumen. Selanjutnya

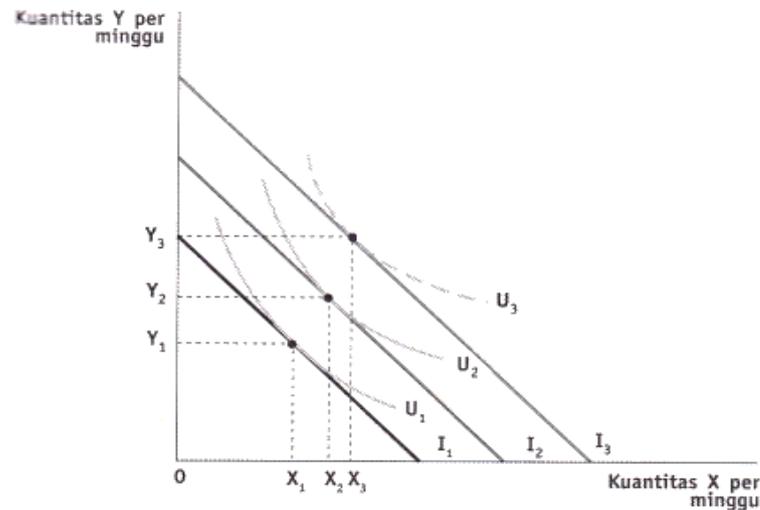
dimisalkan pendapatan tetap dan harga barang F tetap, namun harga barang C meningkat. Akibatnya, garis anggaran pengeluaran pindah menjadi AY yang bersinggungan dengan kurva kepuasan U_2 di titik E_1 dan merupakan titik kepuasan konsumen yang baru. Lalu diasumsikan kembali harga barang C meningkat, maka garis anggaran kembali berubah menjadi garis AX serta bersinggungan dengan kurva kepuasan U_1 di titik E_2 yang merupakan keseimbangan baru. Maka apabila titik E, E_1 , dan E_2 dihubungkan maka diperoleh kurva garis harga-konsumsi.



Gambar 3. Garis Harga-Konsumsi

2) Perubahan Pendapatan

Nicholson (2001:92) mengungkapkan bahwa ketika pendapatan total seseorang meningkat, dengan asumsi harga-harga tidak berubah, kita mungkin mengharapkan kuantitas yang dibeli untuk setiap barang juga akan meningkat.



Gambar 4. Perubahan Pendapatan

Dari Gambar 4, dimisalkan pendapatan meningkat dari I_1 ke I_2 lalu ke I_3 , kuantitas X yang diminta meningkat dari X_1 ke X_2 lalu ke X_3 , dan, kuantitas Y yang diminta meningkat dari Y_1 ke Y_2 ke Y_3 . Garis anggaran I_1 , I_2 , dan I_3 secara keseluruhannya adalah sejajar karena perubahan hanya terjadi pada pendapatan bukan pada harga relatif X dan Y . Slope kendala anggaran ditentukan oleh rasio harga kedua barang tersebut, dan harga-harga ini tidak berubah sepanjang analisis ini. Namun demikian, kenaikan pendapatan, akan memungkinkan orang yang pendapatannya naik tersebut untuk mengkonsumsi lebih banyak; kenaikan daya beli ini dicerminkan oleh pergeseran kendala anggaran ke kanan dan kenaikan keseluruhan utilitas.

Pindyck dan Rubinfeld (2009:93-94) mengemukakan bahwa selama diasumsikan konsumen memilih secara rasional, yakni bahwa konsumen memilih barang untuk memaksimalkan kepuasan yang dicapainya, dengan

anggaran yang terbatas, maka keranjang pasar yang maksimal harus memenuhi 2 syarat, yaitu :

- a) Harus berada pada garis anggaran
- b) Harus memberikan kombinasi barang dan jasa yang paling disukai kepada konsumen.

3. Efek Substitusi dan Pendapatan

Menurut Samuelson (2003:103) bahwa secara umum efek substitusi berarti, apabila harga suatu barang naik, maka konsumen akan cenderung mengganti konsumsi barang tersebut dengan barang lain yang harganya lebih murah dalam rangka mencapai kepuasan yang diinginkan. Maka Sukirno (2005:159) menyimpulkan :

$$\frac{MU \text{ barang A}}{PA} > \frac{MU \text{ barang B}}{PB}$$

Dalam keadaan seperti diatas, konsumen membeli barang A lebih banyak dari pada barang B, maka nilai guna akan bertambah banyak (kepuasan kosumen akan menjadi bertambah tinggi).

Case dan Fair (2007:146) mengatakan bahwa efek pendapatan terjadi apabila harga sesuatu yang kita beli turun, kita merasa beruntung. Apabila harga sesuatu yang kita beli naik, kita merasa rugi. Samuelson (2003:104) mengungkapkan bahwa efek pendapatan menyatakan efek perubahan harga terhadap pendapatan riil konsumen yaitu pendapatannya dalam satuan harga barang yang harganya turun, sedangkan harga nominal barang lain dan pendapatan nominal konsumen tidak berubah. Mankiw (2006:582) juga

mengungkapkan bahwa efek pendapatan merupakan perubahan konsumsi yang disebabkan oleh pergerakan kurva indifferen yang lebih tinggi.

2. Fungsi Permintaan

Ada dua cara mendapatkan fungsi permintaan, yang pertama adalah fungsi permintaan yang diderivasi dari fungsi utilitas. Fungsi permintaan ini disebut fungsi permintaan Marshallian, dalam hal ini komoditi merupakan barang konsumsi akhir. Fungsi permintaan Marshallian disebut juga dengan istilah *Marshallian demand equation*. Fungsi permintaan Marshallian dapat diperoleh dari derivasi maksimisasi utilitas dengan pembatas atau kendala pendapatan konsumen. Permintaan Hicksian (Hicksian demand function) yang dari minimisasi pengeluaran pada tingkat utilitas tertentu (konstan).

Selain faktor harga komoditi itu sendiri, dalam perkembangan teori permintaan, disebutkan permintaan juga dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti harga barang lain, pendapatan, selera, distribusi pendapatan, jumlah penduduk, kemakmuran konsumen, ketersediaan kredit, kebijakan pemerintah, tingkat permintaan masa lampau dan tingkat pendapatan masa lampau

3. Elastisitas Permintaan

Dalam analisis ekonomi, secara teori maupun dalam praktek sehari-hari adalah sangat berguna untuk mengetahui sampai sejauh mana responsifnya permintaan terhadap perubahan harga. Oleh sebab itu perlu dikembangkan satu pengukuran kuantitatif yang menunjukkan sampai dimana

besarnya pengaruh perubahan harga terhadap perubahan permintaan. Ukuran ini dinamakan elastisitas permintaan.

Menurut Nicholson (2001:115) elastisitas adalah ukuran persentase perubahan suatu variabel yang disebabkan oleh 1 persen perubahan variabel lainnya.

Jenis-jenis dari elastisitas permintaan adalah sebagai berikut :

a. Elastisitas Harga dari Permintaan

Elastisitas harga permintaan adalah persentase perubahan jumlah yang diminta atas suatu barang yang disebabkan oleh perubahan harga barang itu sebesar 1 persen. Elastisitas harga dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$E_{q,p} = \frac{\% \Delta Q}{\% \Delta P} \dots \dots \dots (1)$$

Dimana :

$E_{q,p}$ = Elastisitas harga dari permintaan

ΔQ = Perubahan kuantitas yang diminta

ΔP = Perubahan harga

b. Elastisitas Pendapatan dari Permintaan

Elastisitas pendapatan dari permintaan adalah persentase perubahan kuantitas suatu barang yang diminta sebagai respon atas perubahan pendapatan sebesar 1 persen. Elastisitas pendapatan dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$E_{q,i} = \frac{\% \Delta Q}{\% \Delta I} \dots \dots \dots (2)$$

Dimana :

$E_{q,i}$ = Elastisitas pendapatan dari permintaan

ΔQ = Perubahan permintaan

ΔI = Perubahan pendapatan

4. Teori Transportasi

Transportasi berasal dari kata *transportation*, dalam bahasa Inggris yang memiliki arti angkutan, yang menggunakan suatu alat untuk melakukan pekerjaan tersebut, atau dapat pula berarti suatu proses pemindahan manusia atau barang dari suatu tempat lain dengan menggunakan suatu alat bantu kendaraan darat, laut, udara, baik umum maupun pribadi dengan menggunakan mesin atau tidak menggunakan mesin (Simbolon 2003:2).

Permintaan transportasi adalah besarnya jumlah transportasi yang dibutuhkan untuk mengangkut manusia atau barang dari suatu lokasi ke lokasi yang lain. Menurut Simbolon (2003:40) dalam menentukan kuantitas kebutuhan jasa transportasi perlu diperhatikan :

- a. Jumlah jasa angkutan yang diminta merupakan kuantitas yang diinginkan.
- b. Jumlah yang diinginkan konsumen dipengaruhi oleh daya beli, jenis jasa angkutan dan selera konsumen.
- c. Kuantitas yang diminta menunjukkan pembeli yang diinginkan
- d. Kuantitas yang diminta berbeda dengan kuantitas yang nyata
- e. Pembelian yang diinginkan berbeda dengan pembelian yang sebenarnya

Untuk transportasi ini merupakan suatu jasa yang diberikan guna menolong orang dan barang untuk dibawa dari suatu tempat ke tempat yang lainnya dengan cara kondisi yang statis, akan tetapi transportasi itu selalu diusahakan perbaikan dan kemajuannya sesuai dengan perkembangan dan peradaban teknologi, sehingga akan tercapainya efisiensi yang baik. Ini berarti bahwa orang akan selalu berusaha mencapai efisiensi transportasi ini

sehingga pengangkutan barang dan orang itu akan memakan waktu yang secepat mungkin dan dengan pengeluaran biaya yang sekecil mungkin.

Ada berbagai macam transportasi, namun demikian untuk setiap bentuk transportasi itu terdapat empat unsur transportasi yaitu : jalan kendaraan atau alat angkut, tenaga penggerak dan terminal. Dalam hubungan ini perbaikan transportasi akan terjadi pada salah satu lebih dari unsur-unsur transportasi tersebut. Namun demikian perbaikan system transportasi secara keseluruhan akan pula berlangsung bilamana diusahakan perbaikan dalam organisasi sistem dan pengangkutan transportasi yang dimaksud.

Transportasi selalu memainkan peranan yang penting dalam mempengaruhi kegiatan pembangunan masyarakat, terlebih pada saat ini dimana transportasi memainkan peranan dalam pembangunan kota industri yang modern. Oleh karena itu, transportasi tidak boleh diabaikan, mengingat kontribusinya yang sangat besar dalam menentukan usaha diberbagai sektor perekonomian.

Menurut Simbolon (2003:41), faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan jasa angkutan adalah :

a. Tarif Jasa Angkutan

Harga atau tarif transportasi dipengaruhi oleh permintaan menjelaskan sifat keterkaitan diantara suatu barang dengan harganya. Hukum permintaan pada hakekatnya merupakan suatu hipotesis yang mengatakan :”makin rendah harga suatu barang, maka semakin banyak permintaan terhadap barang

tersebut. Sebaliknya semakin tinggi harga suatu barang, maka semakin sedikit permintaan akan barang tersebut”.

b. Daya Beli Masyarakat

Daya beli masyarakat ditentukan oleh tingkat penghasilan masyarakat. Permintaan terhadap jasa angkutan tergantung pada penghasilan rata-rata dan tarif jasa angkutan, serta kesediaan jasa angkutan pengganti, baik yang bersifat substitusi atau komplementer lebih rendah, maka konsumen akan beralih kepada jasa substitusi atau komplementer, demikian sebaliknya.

c. Selera Konsumen

Selera konsumen berkaitan dengan subjektif. Misalnya kenyamanan pengguna transportasi terhadap pesawat terbang serta bagaimana fasilitas yang berada di dalam pesawat terbang bisa membuat mereka nyaman. Demikian pula aktivitas masyarakat yang mempengaruhi permintaan terhadap jasa angkutan baik pribadi maupun jasa angkutan umum. Hal ini terlihat jelas dipedesaan dan diperkotaan tau pada hari libur dan hari kerja. Pada hari libur akan terjadi peningkatan permintaan terhadap jasa angkutan, namun tidak seperti hari kerja.

d. Prediksi Masa Akan Datang

Perubahan-perubahan yang diramalkan mengenai keadaan di masa yang akan datang menjadi bertambah tinggi di masa depan akan mendorong mereka untuk membeli lebih banyak di masa ini, untuk lebih menghemat pengeluaran di masa yang akan datang.

5. Konsep Jasa

a. Defenisi dan Karateristik Jasa

Jasa adalah kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak pada pihak lain dan pada dasarnya tidak berwujud serta tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Jasa pada dasarnya merupakan aktivitas-aktivitas yang tidak nyata yang memberikan kegiatan, kepuasan yang tidak perlu melekat pada penjualan dari pada produk atau jasa lainnya. Jasa merupakan suatu kinerja penampilan, tidak berwujud dan cepat hilang, lebih dapat dirasakan dari pada dimiliki, serta pelanggan lebih dapat berpartisipasi aktif dalam proses mengkonsumsi jasa tersebut. Defenisi jasa harus diamati dengan baik, karena pengertiannya sangat berbeda dengan produk berupa barang. Kondisi dan cepat lambatnya pertumbuhan jasa akan sangat tergantung penilaian pelanggan terhadap kinerja (penampilan) yang ditawarkan oleh pihak produsen.

Menurut Simbolon (2003:18-22) empat karateristik yang paling sering dijumpai dalam jasa dan pembedaan dari barang pada umumnya adalah :

1) Tidak Berwujud (*Intangible*)

Jasa bersifat abstrak dan tidak berwujud, berarti jasa tidak dapat dilihat, dirasakan, dicicipi atau disentuh sebelum dibeli oleh konsumen.

2) Tidak Dapat Dipisahkan (*Inseparability*)

Jasa umumnya dihasilkan dan dikonsumsi pada saat yang bersamaan, dengan partisipasi konsumen dalam proses tersebut. Berarti, konsumen

harus berada ditempat jasa yang dimintanya, sehingga konsumen melihat dan bahkan ikut ambil bagian dalam proses produksi tersebut.

3) Bervariasi (*Varibility*)

Jasa sentiasa mengalami perubahan, tergantung dari siapa penyedia jasa, penerimaan jasa dan kondisi dimana jasa tersebut diberikan. Jasa umumnya dihasilkan dan dikonsumsi pada saat bersamaan, dengan partisipasi konsumen dalam proses tersebut. Berarti, konsumen harus berada di tempat jasa yang dimintanya, sehingga konsumen melihat dan bahkan ikut ambil bagian dalam proses produksi tersebut.

4) Tidak Tahan Lama (*Perishability*)

Jasa tidak mungkin disimpan dalam persediaan. Artinya, jasa tidak bisa disimpan, dijual kembali kepada orang lain, atau dikembalikan kepada produsen jasa dimana ia membeli jasa. Daya tahan jasa tergantung suatu situasi yang diciptakan oleh berbagai faktor.

Keunggulan suatu produk jasa adalah tergantung dari keunikan serta kualitas yang diperhatikan oleh jasa tersebut, apakah sudah sesuai dengan harapan dan keinginan pelanggan atau penumpang.

Menurut Apriadi (2008:19-20) untuk mengukur kualitas pelayanan terdapat lima dimensi, yaitu :

1) *Reability* atau keandalan

Reability atau kendalan berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya. *Reability* merupakan atribut-atribut jasa yang mutlak

dibutuhkan demi terciptanya persepsi kualitas jasa yang baik atau positif. Ketidak tepatan penyampaian faktor ini akan menimbulkan persepsi negatif.

2) *Responsiveness* atau daya tanggap

Daya tanggap (*responsiveness*) berkaitan dengan kesediaan atau kemampuan karyawan ataupun provider untuk membantu para pelanggan dalam merespon permintaan konsumen. *Responsiveness* yaitu kemauan atau kesediaan para karyawan maupun provider untuk membantu para penumpang dan memberikan pelayanan dengan tanggap.

3) *Assurance* atau Jaminan

Jaminan (*assurance*), yakni perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi pelanggannya. Jaminan itu juga berarti bahwa sikap sopan karyawan dan menguasai permasalahan ketika menangani pelanggan.

4) *Emphaty* atau empati

Emphaty berarti perusahaan memahami masalah pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, seperti kemudahan untuk dihubungi karyawan ketika dibutuhkan oleh konsumen. *Emphaty* yaitu peduli dan memberikan perhatian yang lebih kepada pelanggan.

5) *Tangibles* atau bukti fisik

Bukti fisik mencerminkan fasilitas fisik yang relevan dalam jasa yang bersangkutan. Dimana bukti fisik meliputi fasilitas fisik dan

perlengkapan perusahaan. Dalam meningkatkan kepuasan pelanggan khususnya perusahaan jasa, para pelanggan akan banyak dipengaruhi oleh perusahaan jasa, baik atribut yang bersifat objektif maupun atribut yang bersifat preseptual.

b. Jenis dan Kualitas Pelayanan Jasa Angkutan Udara

Menurut Zein dalam Rizka (2010:24), pelayanan merupakan suatu kegiatan yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen pada perusahaan angkutan udara. Jenis pelayanan ini terbagi dalam tiga bagian, yaitu :

1) Pelayanan Sebelum Penerbangan (*Pre flight service*)

Pelayanan ini meliputi : (1). Pelayanan reservasi (*booking*) tiket, (2). Pelayanan *check in*, untuk mengetahui nomor tempat duduk dan penyerahan bagasi, (3). Pelayanan diruang tunggu Bandara, serta (4). Pelayanan ketika waktu berangkat (*boarding*).

2) Pelayanan Selama Penerbangan (*In flight service*)

Pelayanan ini meliputi : (1). Pelayanan penunjukan tempat duduk, (2). Informasi penting yang diberikan awak kabin tentang keselamatan penumpang bila terjadi keadaan darurat, (3). Pelayanan makanan dan minuman, (4). Pelayanan dari awak pesawat, seperti keramahan dari awak yang berada dibagian kokpit dan awak kabin (*pramugari*), (5). Kenyamanan didalam pesawat seperti masalah kebersihan, fleksibilitas ruangan, tersedianya hiburan interior yang baik, serta (6). Pengumuman tentang informasi kapan pesawat akan mendarat.

3) Pelayanan Setelah Penerbangan (*Post flight service*)

Pelayanan ini meliputi pelayanan setelah pesawat mendarat, seperti kemudahan dan kecepatan serta ketepatan penanganan bagasi serta pelayanan informasi untuk penerbangan lanjutan dari petugas bandara.

Pada umumnya kualitas pelayanan angkutan udara meliputi :

- a) Kemudahan check in
- b) Ketepatan waktu
- c) Faktor keselamatan
- d) Pelayanan awak kabin
- e) Kenyamanan tempat duduk
- f) Kebersihan ruang pesawat.

Karena sifat dan kebutuhan konsumen bervariasi, maka yang diharapkan oleh konsumen yang satu tidak akan sama dengan konsumen lainnya. Karena itu harapan mengenai pelayanan angkutan udara berbeda pula berdasarkan segmentasi pasar angkutan udara penumpang.

Menurut Zein dalam Rizka (2010:26) segmentasi pasar angkutan udara penumpang terbagi atas :

- a) Penumpang Bisnis (*Business Travel Market*)

Penumpang dalam segmen ini umumnya dibiayai oleh perusahaan dan adanya keterlibatan aspek status. Biasanya mereka lebih mengutamakan *in flight service* tinggi, kenyamanan selama penerbangan, frekuensi penerbangan serta tersedianya tempat duduk.

b) Penumpang Wisata (*Leisure Travel Market*)

Penumpang dengan tujuan perjalanan mempunyai harapan pelayanan yang berbeda dengan penumpang tujuan bisnis. Dalam hal ini mereka lebih mempertimbangkan masalah harga, karena mereka membiayai sendiri perjalanan mereka.

c) Penumpang Pribadi (*Personal Travel Market*)

Segmen ini merupakan yang terkecil dibandingkan dengan dua segmen sebelumnya. Penumpang dengan tujuan pribadi mempunyai suatu kemiripan dengan penumpang yang bertujuan bisnis, yaitu sangat mempertimbangkan aspek waktu, frekuensi penerbangan dan ketersediaan tempat duduk.

Oleh karena itu, bervariasinya harapan konsumen terhadap pelayanan jasa angkutan udara, maka penyedia jasa ini seharusnya dapat memantau perilaku konsumennya dari waktu ke waktu dan terus berusaha untuk memberikan pelayanan yang sesuai harapan konsumen sehingga jumlah permintaan terhadap jasa ini tetap meningkat.

6. Temuan Penelitian Sejenis

Hasil penelitian sejenis ini merupakan bagian yang menguraikan tentang beberapa pendapat/hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti. Adapun penelitian yang hampir berkaitan dengan masalah yang diteliti dari penelitian ini adalah penelitian dari: Johanna Maria Kodoatie (2011) dengan judul “Analisis Permintaan Jasa Kereta Api (studi kasus : Kereta Api Eksekutif Harina trex Semarang

– Bandung dan Kereta Api Eksekutif Argo Muria trex Semarang – Jakarta)”. Dalam penelitian terdahulu metode yang digunakan untuk menghitung permintaan jasa kereta api dengan menggunakan regresi linier dengan estimasi OLS (*Ordinary Least Square*).

Dari hasil analisis regresi linier dengan estimasi OLS ditemukan kereta api eksekutif Herina variabel yang signifikan adalah variabel harga tiket kereta api, harga tiket transportasi lain, pendapatan dan jenis kelamin, sedangkan yang tidak signifikan adalah umur, pendidikan terakhir dan pekerjaan dan pada kereta api Argo Muria yang merupakan variabel yang signifikan adalah variabel harga tiket kereta api, harga tiket transportasi lain, pendapatan, sedangkan yang tidak signifikan adalah variabel karakteristik demografi.

Penelitian ini dengan penelitian terdahulu sama-sama meneliti tentang permintaan jasa transportasi, sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah pada penambahan variabel kualitas pelayanan.

Menurut Lorenzo Castelli (2002) dalam jurnal yang berjudul “Elastisitas Tiket Pesawat Untuk Permintaan Penumpang Sebuah Maskapai yang Berbasis Analisis Multilevel”, bahwa elastisitas tiket pesawat dari permintaan penumpang secara signifikan bervariasi antara *route* yang berbeda dari maskapai.

Menurut Ruth Imelda (2000) dalam skripsi yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Jasa Penerbangan pada

Maskapai PT.Garuda Indonesia di Medan”, bahwa variabel bebas tarif mempunyai pengaruh negatif terhadap permintaan jasa PT.Garuda Indonesia yang berarti semakin tinggi harga tiket maka permintaan jasa PT.Garuda Indonesia semakin turun. Untuk itu diperlukan kebijaksanaan yang lebih baik dari pihak maskapai tersebut dalam menentukan harga tiket, sehinggalah masyarakat menengah kebawah dapat menikmati penerbangan pada maskapai PT.Garuda Indonesia.

Andriyani (2008) dengan judul skripsinya “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Terhadap Kartu CDMA Telkom Flexi Di Padang”. Penelitian skripsi ini dilakukan pada bulan Desember 2008 di Plasa Telkom Padang. Dalam penelitian ini disimpulkan bahwa tarif Flexi, selera konsumen, pendapatan konsumen, berpengaruh secara signifikan terhadap permintaan kartu CDMA Telkom Flexi di Padang.

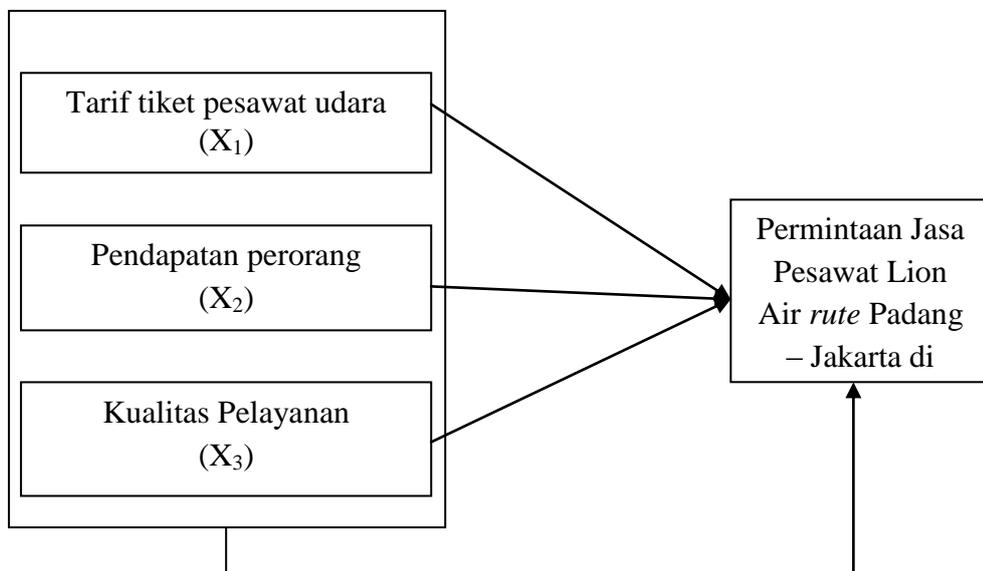
B. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual ini dimaksudkan sebagai konsep untuk menjelaskan, mengungkapkan dan menentukan persepsi keterkaitan antara variable yang diteliti berdasarkan teori yang telah dikemukakan dan rumusan masalah. Keterpautan maupun hubungan antara variabel yang diteliti diuraikan dengan berpijak pada kajian teori.

Berdasarkan Gambar 5, kerangka konseptual ini menjelaskan permintaan jasa pesawat udara Lion Air *rute* Padang – Jakarta di Padang. Pada permintaan pesawat udara yang digunakan adalah jumlah penggunaan penumpang pesawat udara pada tahun 2012 - 2008. Dan dijelaskan dimana

tarif tiket pesawat udara (X_1) berpengaruh terhadap permintaan jasa pesawat Lion Air *route* Padang – Jakarta (Y), apabila tarif tiket pesawat naik maka permintaan jasa pesawat udara menurun.

Pendapatan perorangan (X_2) berpengaruh terhadap permintaan jasa pesawat Lion Air *route* Padang – Jakarta (Y), dimana apabila pendapatan naik maka permintaan terhadap jasa pesawat Lion Air semakin meningkat. Kualitas pelayanan (X_3) berpengaruh terhadap permintaan jasa pesawat Lion Air *route* Padang – Jakarta (Y), apabila kualitas pelayanan pada pesawat Lion Air meningkat maka permintaan jasa pesawat Lion Air semakin meningkat dan secara bersama-sama tarif (X_1), pendapatan perorang (X_2) dan kualitas pelayanan (X_3) berpengaruh terhadap permintaan jasa pesawat Lion Air *route* Padang – Jakarta (Y).



Gambar 5. Analisis Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Jasa Penerbangan pada Pesawat Lion Air *route* Padang – Jakarta di Padang

C. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan teori yang diuraikan di atas maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

1. Tarif rata-rata tiket pesawat udara berpengaruh negatif terhadap permintaan jasa pesawat Lion Air *route* Padang – Jakarta.

$$H_0 : \beta_1 = 0$$

$$H_a : \beta_1 \neq 0$$

2. Pendapatan perorang berpengaruh positif terhadap permintaan jasa pesawat Lion Air *route* Padang – Jakarta.

$$H_0 : \beta_2 = 0$$

$$H_a : \beta_2 \neq 0$$

3. Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap permintaan jasa pesawat Lion Air *route* Padang – Jakarta.

$$H_0 : \beta_3 = 0$$

$$H_a : \beta_3 \neq 0$$

4. Tarif, pendapatan, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap permintaan jasa pesawat Lion Air *route* Padang – Jakarta.

$$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = 0$$

$$H_a : \text{salah satu koefisien regresi } \beta_i \neq 0$$

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan hasil yang dikemukakan pada bab sebelumnya, maka penulis dapat mengemukakan beberapa simpulan antara lain :

1. Permintaan jasa pesawat Lion Air tidak dipengaruhi secara nyata oleh tarif rata-rata jasa pesawat Lion Air *rute* Padang – Jakarta $\text{sig} = 0,159$. Walaupun demikian bentuk pengaruh tarif rata-rata terhadap permintaan jasa pesawat lion Air adalah negatif sebesar $-0,307\%$. Maksudnya semakin tinggi tarif maka cenderung semakin rendah permintaan jasa dengan tingkat pengaruh $-0,307\%$.
2. Permintaan jasa pesawat Lion Air dipengaruhi oleh pendapatan perorang penumpang pesawat Lion Air *rute* Padang – Jakarta $\text{sig} = 0,000$. Dengan demikian bentuk pengaruh pendapatan terhadap permintaan jasa pesawat lion Air adalah positif sebesar $0,341\%$. Maksudnya semakin tinggi pendapatan seseorang maka cenderung semakin tinggi permintaan jasa dengan tingkat pengaruh $0,341\%$.
3. Permintaan jasa pesawat Lion Air dipengaruhi oleh kualitas pelayanan pesawat Lion Air *rute* Padang – Jakarta $\text{sig} = 0,004$. Dengan demikian bentuk pengaruh kualitas pelayanan terhadap permintaan jasa pesawat lion Air adalah positif sebesar $1,875\%$. Maksudnya semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan pesawat Lion Air maka cenderung semakin tinggi permintaan jasa dengan tingkat pengaruh $1,875\%$.
4. Secara bersama-sama tarif, pendapatan perorangan dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap permintaan jasa pesawat Lion Air *rute* Padang – Jakarta.

B. Saran

Dari simpulan di atas dapat penulis kemukakan beberapa saran yang patut diperhatikan oleh berbagai pihak yang terkait, antara lain:

1. Pihak maskapai Lion Air perlu meningkatkan kualitas pelayanan seperti kondisi tempat duduk di pesawat yang terlalu sempit untuk ukuran orang dewasa, suhu udara yang terlalu dingin di dalam pesawat dan kurang ramahnya petugas pihak Lion Air dalam melayani para penumpang pesawat.
2. Hasil penelitian dapat memberikan masukan kepada pihak maskapai Lion Air, terutama dalam mengevaluasi kebijakan pada masa yang akan datang yang berkaitan dengan peningkatan jumlah permintaan jasa pada pihak maskapai Lion Air.

DAFTAR PUSTAKA

- Akhirmen.2004. *Buku Ajar Statistika 1*.Fakultas Ekonomi UNP: Padang.
- Andariyani. 2008. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Terhadap Kartu CDMA Telkom Flexi Di Padang*. Fakultas Ekonomi: UNP.
- Apriadi, Gama. 2008. *Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Askes Komersial PT. Askes (Persero) Cab. Padang*. Magister Manajemen: UNP.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Arsyad, Linconlin.1995. *Ekonomi Mikro*. Edisi 1. Yogyakarta: BPS
- Badan Pusat Statistik. *Sumbar dalam Angka 2007-2011*.Provinsi Sumatera Barat: BPS.
- Case, Karl E. dan Ray C. Fair. 2007. *Prinsip-Prinsip Ekonomi Mikro*. Edisi Kelima. Indeks Kelompok Gramedia: Jakarta.
- Castelli, Lorenzo. 2002. *Elastisitas Tiket Pesawat Untuk Permintaan Penumpang Sebuah Maskapai yang Berbasis Analisis Multilevel*. Italia: Universitas Trieste.
- Dinas Perhubungan. *Batas Tarif Tiket 2006-2010*. Provinsi Sumatera Barat: Padang.
- Dinas Perhubungan. *Jumlah Pesawat Terbang 2008-2012*. Provinsi Sumatera Barat: Padang.
- Gujarati, Damodar N. 2006. *Ekonometrika Dasar*. Terjemahan oleh Zumarno Zain. Erlangga: Jakarta.
- Idris.2008. *Aplikasi Model Analisis Data Kuantitatif Dengan Program SPSS*.Fakultas Ekonomi UNP:Padang.
- Imelda, Ruth. 2000. *Analisis Yang Mempengaruhi Permintaan Jasa Penerbangan Pada Maskapai PT. Garuda Indonesia di Medan*. Fakultas Ekonomi: USU.
- Kodoatie, Johanna Maria. 2011. *Analisis Permintaan Jasa Kereta Api*. Fakultas Ekonomi: Undip.