

**PENGARUH VARIABEL *SERVICE QUALITY* DAN *PRICE*
TERHADAP *BEHAVIORAL INTENTION* MELALUI
CUSTOMER SATISFACTION PENUMPANG RUTE
INTERNASIONAL AIR ASIA INDONESIA
DI SURABAYA**



OLEH:
PRISKA CYNTIA YUWONO
3103010001

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2013

**PENGARUH VARIABEL *SERVICE QUALITY* DAN *PRICE*
TERHADAP *BEHAVIORAL INTENTION* MELALUI
CUSTOMER SATISFACTION PENUMPANG RUTE
INTERNASIONAL *AIR ASIA* INDONESIA
DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan kepada

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Jurusan Manajemen

OLEH:

PRISKA CYNTIA YUWONO

3103010001

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2013

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh : Priska Cyntia Yuwono, NRP : 3103010001.
Telah diuji pada tanggal 17 Januari 2014 dan dinyatakan lulus oleh tim
penguji.

Ketua Tim Penguji



Dr. Christina Esti Susanti, MM., CPM.,(AP)

NIK : 311.89.0163

Mengetahui

Dekan,



**a.n Ketua Jurusan Manajemen
Sekretaris Jurusan**



Robertus Sigit, SE., M.Sc

NIK : 311.11.0678

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH VARIABEL *SERVICE QUALITY* DAN *PRICE* TERHADAP
BEHAVIORAL INTENTION MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION*
PENUMPANG RUTE INTERNASIONAL *AIR ASIA* INDONESIA
DI SURABAYA**

Oleh:

Priska Cyntia Yuwono

3103010001

Telah Disetujui dan Diterima Dengan Baik untuk Diajukan
Kepada Tim Penguji

Pembimbing 1,



Dr. Christina Esti Susanti, MM., CPM,(AP)

Tanggal: 11/12 - 13

Pembimbing II



Drs. Ec. Trisno Musanto

Tanggal: 12/12 - 13

**PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH**

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Priska Cyntia Yuwono

NRP : 3103010137

Judul tugas akhir :

**“PENGARUH VARIABEL *SERVICE QUALITY* DAN *PRICE*
TERHADAP BEHAVIORAL INTENTION MELALUI *CUSTOMER*
SATISFACTION PENUMPANG RUTE INTERNASIONAL AIR ASIA
INDONESIA DI SURABAYA”**

Menyatakan bahwa tugas akhir ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila karya tulis ini terbukti merupakan plagiarism, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui pula untuk dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (Digital Library Perpustakaan Universitas Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 17 Januari 2014



Priska Cyntia Yuwono

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Kuasa karena atas berkat, rahmat serta bimbinganNya, penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan. Skripsi yang berjudul “Pengaruh Variabel *Service Quality* dan *Price* terhadap *Behavioral Intention* melalui *Customer Satisfaction* Penumpang Rute Internasional *Air Asia* Indonesia di Surabaya” ini disusun dan diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dikarenakan bantuan dari berbagai pihak, karenanya pada kesempatan ini disampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada berbagai pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini, yaitu:

1. Dr. Christina Esti Susanti, MM., CPM(AP) selaku Dosen pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, pengarahan dan semangat hingga terselesaikannya skripsi ini.
2. Drs. Ec. Trisno Musanto selaku Dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, pengarahan dan semangat hingga terselesaikan skripsi ini.
3. Lodovicus Lasdi, SE., MM selaku dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah memberikan fasilitas dan bantuan dalam penyusunan naskah skripsi ini.

4. Elisabeth Supriharyanti, SE, M.Si, selaku Dosen wali yang selalu memberikan dukungan, masukan, motivasi dan pengarahan dari awal hingga akhir perkuliahan saya.
5. Papa dan mama yang telah memberikan dukungan, motivasi, doa, semangat dan bantuannya baik moril, materiil ataupun spriritual sejak awal sampai akhir penyusunan dan pembuatan skripsi ini.
6. Seluruh teman seperjuangan Hendra, Nadiya, Febriana, Henry, dan Peter serta teman-teman yang lain yang turut membantu dan mendukung penyelesaian naskah ini.
7. My Blambangan 7 Girls Ce Wen, Ce Ayve, Ce Vivi, Sari dan There yang selalu memberi motivasi, doa dan semangat sejak awal sampai terselesaikannya skripsi ini.
8. Seluruh staf Dosen dan TU Fakultas Bisnis jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah memberikan banyak bantuan dan pengetahuan selama masa perkuliahan.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca skripsi ini dan juga menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna, maka sangat diharapkan saran dan kritik demi kesempurnaan skripsi ini. Terima kasih

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1	Latar Belakang.....	1
1.2	Perumusan Masalah.....	8
1.3	Tujuan Penelitian.....	9
1.4	Manfaat Penelitian.....	10
1.5	Sistematika Penulisan.....	10

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1	Penelitian Terdahulu.....	12
2.2	Landasan Teori	
1.	<i>Service Quality</i>	16
2.	<i>Price</i>	20
3.	<i>Customer Satisfaction</i>	21
4.	<i>Behavioural Intention</i>	24
5.	<i>Service Quality</i> Berpengaruh Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .	26

6.	Pengaruh <i>Price</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	26
7.	Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> Terhadap <i>Behavioural Intention</i>	27
8.	Pengaruh <i>Service Quality</i> dan <i>Price</i> Terhadap <i>Behavioural Intention</i> Melalui <i>Customer Satisfaction</i>	27
2.1	Model Penelitian	28
2.2	Hipotesis Penelitian.....	28

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Desain Penelitian	30
3.2	Identifikasi Variabel.....	30
3.3	Definisi Operasional Variabel	
1.	<i>Service Quality</i>	31
2.	<i>Price</i>	32
3.	<i>Customer Satisfaction</i>	32
4.	<i>Behaviour Intention</i>	33
3.4	Jenis Data dan Sumber Data	
3.4.1	Jenis Data.....	34
3.4.2	Sumber Data.....	34
3.5	Pengukuran Variabel	34
3.6	Alat dan Metode Pengumpulan Data	
3.6.1	Alat Pengumpulan Data	35
3.6.2	Metode Pengumpulan Data	35
3.7	Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	
3.7.1	Populasi.....	36
3.7.2	Sampel.....	36
3.7.3	Teknik Pengambilan Sampel	38

3.8	Teknik Analisis Data	
1.	Spesifikasi Model.....	38
2.	Identifikasi	39
3.	Estimasi Model	39
4.	Uji kecocokan Model.....	40
	a. Kecocokan Keseluruhan Model.....	40
	b. Kecocokan Model Pengukuran.....	42
	c. Kecocokan Model Struktural.....	43
5.	Respesifikasi Model.....	43

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1	Karakteristik Responden	44
4.2	Statistik Dekriptif Variabel Penelitian	46
4.3	Analisis Data	
4.3.1	Uji Kecocokan Model Pengukuran	52
1.	Uji Validitas.....	52
2.	Uji Reliabilitas	53
4.3.2	Asumsi Uji Normalitas.....	56
4.3.3	Uji Kecocokan Keseluruhan Model	58
4.3.4	Uji Kecocokan Model Struktural	60
4.4	Pembahasan	
1.	Pengaruh <i>Service Quality</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	64
2.	Pengaruh <i>Price</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	65
3.	Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> Terhadap <i>Behavioural Intention</i>	66
4.	Pengaruh <i>Service Quality</i> Terhadap <i>Behavioural Intention</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i>	67

5.	Pengaruh <i>Price</i> Terhadap <i>Behavioural Intention</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i>	69
----	---	----

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1	Simpulan	71
5.2	Saran	
5.2.1	Saran Akademis	72
5.2.2	Saran Praktis	72

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Perkembangan Penumpang Angkutan Udara Internasional	2
Tabel 2.1	Perbandingan Penelitian Acuan dengan Penelitian Sekarang ..	15
Tabel 3.1	Instrumen Skala Likert	35
Tabel 3.2	Ikhtisar <i>Goodness of Fit</i>	41
Tabel 4.1	Karakteristik Responden berdasarkan Pengalaman Menggunakan <i>Air Asia</i> Indonesia	44
Tabel 4.2	Karakteristik Responden berdasarkan Domisili	45
Tabel 4.3	Karakteristik Responden berdasarkan Usia.....	45
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pemahaman terhadap Tawaran dan Harga dari Pesaing <i>Air Asia</i> Indonesia (<i>Lion Air</i>)	46
Tabel 4.5	Interval Rata-Rata Skor	47
Tabel 4.6	Statistik Deskriptif Variabel Penelitian <i>Service Quality</i>	47
Tabel 4.7	Statistik Deskriptif Variabel Penelitian <i>Price</i>	49
Tabel 4.8	Statistik Deskriptif Variabel Penelitian <i>Customer Satisfaction</i>	50
Tabel 4.9	Statistik Deskriptif Variabel Penelitian <i>Behavioural Intention</i>	51
Tabel 4.13	Tabel Hasil Uji Validitas Indikator Variabel	52
Tabel 4.14	Tabel Hasil Uji <i>Construct Reliability</i> dan <i>Variance Extracted</i>	56
Tabel 4.10	Tabel Hasil Uji Normalitas Secara Multivariat	56
Tabel 4.11	Tabel Hasil Uji Normalitas Secara Univariat.....	57
Tabel 4.12	Tabel Goodness of Fit Index	58
Tabel 4.15	Tabel Persamaan Struktural	60
Tabel 4.16	Tabel Pengujian Hipotesis	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Market Share Rute Internasional di Indonesia.....	3
Gambar 2.3 Model Penelitian.....	28
Gambar 4.1 Uji Kecocokan Model Struktural T-Values.....	61

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner

Lampiran 2 Hasil Penyebaran Kuisisioner

Lampiran 3 Analisis SEM dengan Menggunakan LISREL 8.70

Lampiran 4 Path Diagram

ABSTRAK

Penelitian ini merupakan penelitian yang dimodifikasi dari penelitian yang dilakukan oleh Clemes *et al.*, (2008). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dampak dari *service quality* dan *price* yang diberikan oleh Maskapai Penerbangan *Air Asia* Indonesia terhadap *behavioural intention* para penumpang rute internasionalnya di Surabaya yang dimediasi oleh variabel *customer satisfaction*. Terdapat 150 responden kuesioner yang diikutsertakan dalam penelitian ini dengan menggunakan teknik analisis data SEM dan alat analisis data LISREL 8.70.

Dalam penelitian ini terdapat 5 hipotesis yang dibangun dengan menggunakan 4 penelitian acuan dan berbagai teori yang dapat mendukung penelitian ini. Berdasarkan hasil analisis data yang diolah dengan program LISREL 8.70 semua hipotesis yang diajukan terbukti signifikan dan mendukung penelitian-penelitian sebelumnya.

Melalui hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa: *behaviour intention* para penumpang dipengaruhi oleh variabel *service quality* dan *price* melalui variabel *customer satisfaction* yang dirasakan oleh para penumpang Maskapai Penerbangan rute internasional *Air Asia* Indonesia. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa *customer satisfaction* yang digunakan sebagai variabel mediator dalam penelitian ini berhasil memediasi hubungan antara *service quality* dan *price* terhadap *behaviour intention*. Saran teoritis dalam penelitian ini ditujukan kepada para peneliti yang ingin meneliti topik yang sama agar dapat membuat sebaran kuesionernya kesemua jenis rute penerbangan baik domestik maupun internasional. Sedangkan saran praktis dalam penelitian ini diharapkan bagi pihak *Air Asia* Indonesia untuk lebih memperhatikan aspek *service quality* dan *price*.

Kata Kunci: *Service Quality, Price, Customer Satisfaction, Behavioural Intention*

***The Effect of Service Quality and Price Towards Behavioral Intention
Mediated by Customer Satisfaction of International Route Passenger
Air Asia Indonesia in Surabaya***

Priska Cyntia Yuwono

ABSTRACT

This research is modified from the research that was conduct by Clemes et al., (2008). The purpose of this study was to determine the impact of service quality and price of Air Asia Indonesia Airlines on passangers behavioral intention of international route in Surabaya that mediated by customer satisfaction. In this study researcher is using questionnaire method on 150 respondent.

In this study there are 5 hypothesis that was built using previous literatures and theories that can support this research. Based on the analysis of data processed by LISREL 8.70 all the hypothesis proved to be significant and supports previous studies.

The finding of this research is: passengers behavior intention are affected by variables service quality and price through customer satisfaction that felt by the passengers of international routes in Air Asia Indonesia Airlines. Thus, it can be concluded that customer satisfaction that used as a mediator variable in this study is successfully mediate the relationship between service quality and price on behavior intention. Theoretical suggestions in this study is for future researcher to conduct their research on both domestic and international flights. While the practical suggestion in this study is expected for Air Asia Indonesia to pay more attention on their service quality and price.

Key Word: Service Quality, Price, Customer Satisfaction, Behavioural Intention