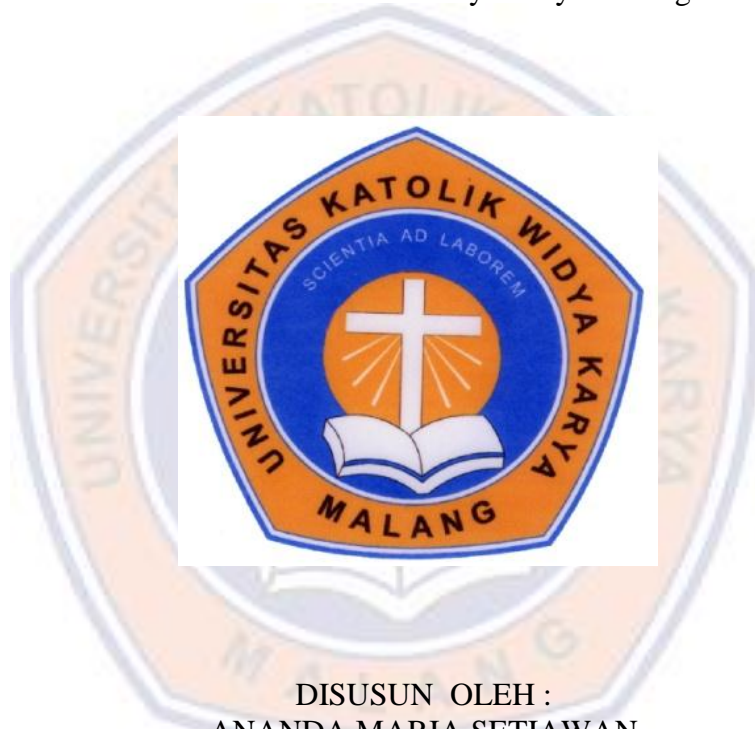


**PENGARUH FAKTOR-FAKTOR PSIKOLOGIS TERHADAP  
KEPUTUSAN PENUMPANG DALAM MEMILIH  
MASKAPAI PENERBANGAN SRIWIJAYA AIR  
DI LANUD ABD. SALEH  
MALANG**

**SKRIPSI**

Disusun untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Meraih Gelar Sarjana Ekonomi  
Pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Katolik Widya Karya Malang



DISUSUN OLEH :  
ANANDA MARIA SETIAWAN  
NIM : 201015001

**JURUSAN MANAJEMEN – FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA KARYA MALANG  
2014**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : ANANDA MARIA SETIAWAN  
NIM. : 201015001  
Jurusan : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi  
Universitas : Katolik Widya Karya Malang  
Judul : PENGARUH FAKTOR-FAKTOR PSIKOLOGIS TERHADAP  
KEPUTUSAN PENUMPANG DALAM MEMILIH  
MASKAPAI PENERBANGAN SRIWIJAYA AIR  
DI LANUD ABD. SALEH MALANG


Malang, 01 Juni 2014

DITERIMA DAN DISETUJUI

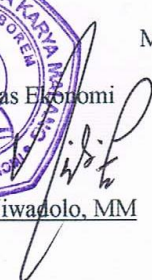
Pembimbing I

Dra. Anni Yudiasuti, MP

NIK: 190 015



Dekan Fakultas Ekonomi




Drs. Cornelius Niwadolo, MM  
NIK: 185 004

Pembimbing II


Drs. Cornelius Niwadolo, MM

NIK: 185 004

MENGETAHUI



Ketua Jurusan Manajemen



Dra. Anni Yudiasuti, MP  
NIK: 190 015

**Skripsi yang berjudul :**

**PENGARUH FAKTOR-FAKTOR PSIKOLOGIS TERHADAP  
KEPUTUSAN PENUMPANG DALAM MEMILIH  
MASKAPAI PENERBANGAN SRIWIJAYA AIR  
DI LANUD ABD. SALEH MALANG**


Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : ANANDA MARIA SETIAWAN

NIM : 201015001

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Karya Malang, pada tanggal 28 Juni 2014, dan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Strata Satu (S-1).

Disahkan oleh :  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Katolik Widya Karya Malang

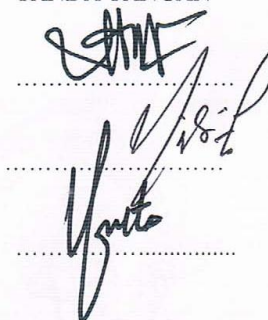


Drs. Cornelius Niwadolo, MM.  
NIK : 185 004

DEWAN PENGUJI

1. Dra. Anni Yudiastuti, MP
2. Drs. Cornelius Niwadolo, MM
3. Drs. Yuswanto, MM

TANDA TANGAN



**PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT**

Kami yang bertandatangan di bawah ini menerangkan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul : PENGARUH FAKTOR-FAKTOR PSIKOLOGIS TERHADAP KEPUTUSAN PENUMPANG DALAM MEMILIH MASKAPAI PENERBANGAN SRIWIJAYA AIR DI LANUD ABD. SALEH MALANG, merupakan karya asli dari :

Nama : ANANDA MARIA SETIAWAN  
NIM. : 201015001  
Jurusan : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi  
Universitas : Katolik Widya Karya Malang.

dan bukan karya plagiat baik sebagian maupun seluruhnya.

Demikian pernyataan ini kami buat dengan sebenar-benarnya dan apabila terdapat kekeliruan, kami bersedia untuk menerima sanksi sesuai dengan aturan yang berlaku.

Malang, 28 Juni 2014

Ananda Maria Setiawan

**DITERIMA DAN DISETUJUI**

Pembimbing I

Dra. Anni Yudiastuti, MP

NIK : 190 015



Dekan Fakultas Ekonomi

Drs. Cornelius Niwadolo, MM

NIK : 185 004

Pembimbing II

Drs. Cornelius Niwadolo, MM

NIK : 185 004



Ketua Jurusan Manajemen

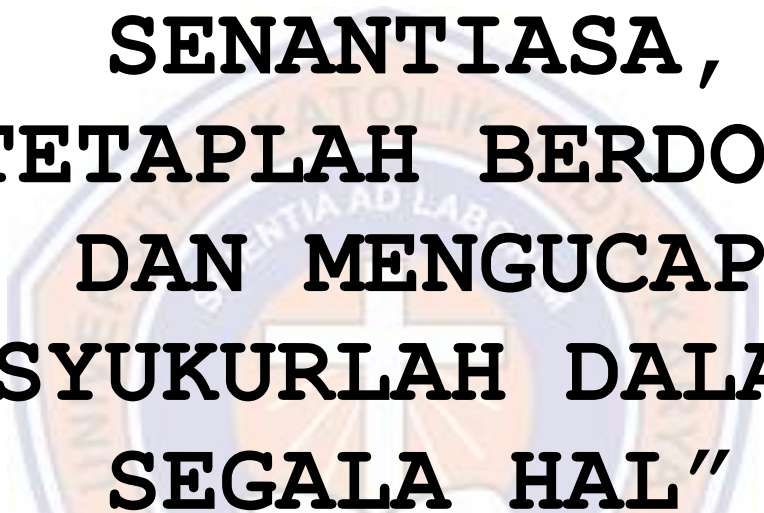
Dra. Anni Yudiastuti, MP

NIK : 190 015

MENGETAHUI

# MOTTO

**“BERSUKACITALAH  
SENANTIASA,  
TETAPLAH BERDOA,  
DAN MENGUCAP  
SYUKURLAH DALAM  
SEGALA HAL”**



*Persembahkan*

Terima kasih untuk:

1. *Jesus Christ, My Lord and My Saviour. Terima kasih untuk semua kasih dan anugerahNya.*
2. *Papa dan Mamaku, terimakasih untuk semangat dan dukungannya. Tanpa kalian aku bukan apa-apa. Love you so much.*
3. *Andreas Eko Prastyo yang selalu ada untuk mendukung dan memberi semangat buat aku. Makasih banget.*
4. *Fin, Budi, Sheren dan Clara, terima kasih buat semangatnya.*
5. *Miea yang selalu bantuin aku mondar-mandir, terimakasih buat semua bantuannya.*
6. *Arnold, Mas Agus, Sr. Edith, Yuni, Naomi dan Mas Prast, makasih banget dan selalu ingat kebersamaan kita.*
7. *Temen-temen kost yang seru abis, Mb. Ester, Mb. Ciput, dan Ervi. Makasih udah banyak bantuin aku.*

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

Nama : Ananda Maria Setiawan  
NIM : 201015001  
Jurusan : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi  
Universitas : Katolik Widya Karya Malang

Tempat tanggal lahir : Bojonegoro, 31 Maret 1989

Alamat : Jl. HOS. Cokro Aminoto No. 680, Kec. Dander,  
Kab. Bojonegoro, Prov. Jawa Timur

Nama Orangtua ( Ayah ) : Andre Setiawan  
( Ibu ) : Masini

Riwayat Pendidikan :

1. Lulus TK. Katolik St. Immaculata Kepanjen Tahun 1995
2. Lulus SDN Dander 1 Tahun 2001
3. Lulus SMPN 1 Bojonegoro Tahun 2004
4. Lulus SMAN 2 Bojonegoro Tahun 2007
5. Masuk Universitas Katolik Widya Karya Malang Tahun 2010



### **KATA PENGANTAR**

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karuniaNya sehingga skripsi yang berjudul “ PENGARUH FAKTOR-FAKTOR PSIKOLOGIS TERHADAP KEPUTUSAN PENUMPANG DALAM MEMILIH MASKAPAI PENERBANGAN SRIWIJAYA AIR DI LANUD ABD. SALEH MALANG” ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan dalam memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Strata Satu (S-1) pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Karya Malang. Dalam penyusunan skripsi ini banyak sekali bantuan yang penulis terima, baik berupa bimbingan, pengarahan, maupun dukungan dari berbagai pihak yang sangat besar artinya. Karena itu penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

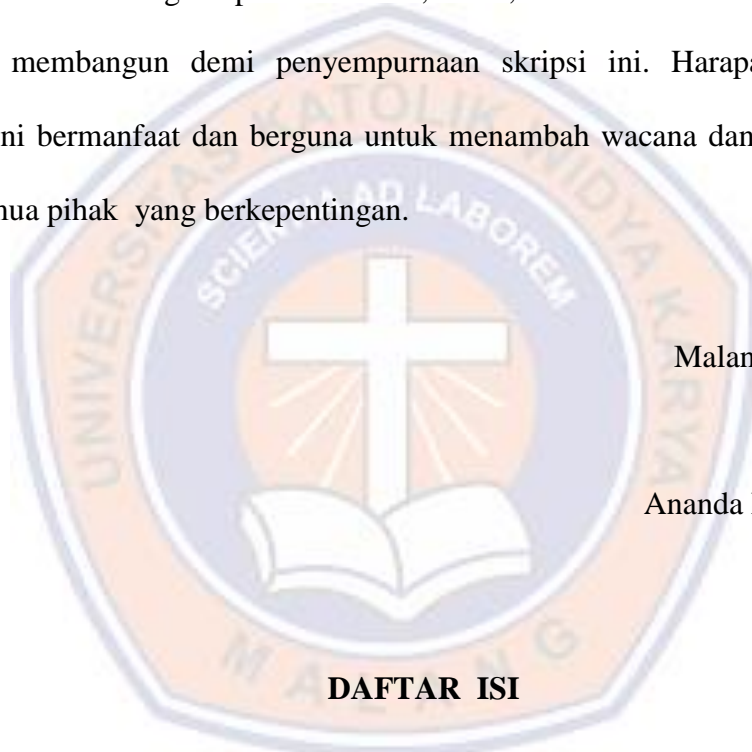
1. Rm. Michael Agung Christiputra, O.Carm., MA., selaku Rektor Universitas Katolik Widya Karya Malang.
2. Drs. Cornelius Niwadolo, MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Karya Malang, sekaligus dosen pembimbing II yang memberikan segala prosedur persyaratan dan perijinan, serta telah banyak meluangkan waktu, tenaga, pikiran dalam membimbing, mengarahkan, serta memberi masukan dan saran-saran pada penulis hingga terselesaikannya skripsi ini.
3. Dra. Anni Yudiastuti, MP., selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Karya Malang, sekaligus sebagai Dosen Pembimbing I yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dalam membimbing, mengarahkan, serta memberi masukan dan saran-saran pada penulis selama proses penyusunan skripsi.
4. Direktur/Pimpinan dan staf, beserta seluruh personalia PT. Sriwijaya Air District Malang dan UPT Lanud Abd. Saleh Malang atas kerjasamanya serta telah mengizinkan dan memberi kepercayaan kepada penulis untuk mengadakan penelitian dan pengambilan data yang berkenaan dengan penelitian.



5. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Karya Malang, yang telah memberikan begitu banyak kontribusi ilmu pengetahuan dalam menambah wacana baru dalam skripsi ini.

6. Pihak-pihak yang turut serta membantu dalam proses penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih belum sempurna dan masih banyak terdapat kekurangan yang perlu dibenahi. Oleh karena itu, peneliti dengan segala kerendahan hati mengharapkan masukan, kritik, dan saran dari semua pihak yang bersifat membangun demi penyempurnaan skripsi ini. Harapannya, semoga skripsi ini bermanfaat dan berguna untuk menambah wacana dan wawasan baru bagi semua pihak yang berkepentingan.



Malang, 28 Juni 2014

Penulis

Ananda Maria Setiawan

**DAFTAR ISI**

Halaman

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI .....	i
.....	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI .....	iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT .....	iv
HALAMAN MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi

DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
ABSTRAKSI .....	xvi
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian.....	5
C. Tujuan Penelitian .....	5
D. Manfaat Penelitian .....	6
<b>BAB II : LANDASAN TEORI</b>	
A. Teori yang Mendasari Penelitian.....	7
1. Penelitian Terdahulu .....	7
2. Persamaan dan Perbedaan dengan Penelitian Sebelumnya ...	9
B. Kajian Teori	
1. Pengertian Pemasaran .....	10
2. Konsep Pemasaran .....	11
3. Sasaran Pasar .....	12
4. Motif Pembelian Konsumen .....	14
5. Perilaku Pembelian Konsumen.....	15
6. Variabel-variabel dalam Mempelajari Perilaku Konsumen.....	17
7. Model Perilaku Konsumen .....	19
8. Faktor-Faktor Utama yang Memengaruhi Perilaku Pembelian Konsumen.....	20
9.Keputusan Pembelian.....	27
10. Hubungan Faktor Psikologis dengan	

	Keputusan Pembelian .....	30
	11. Kerangka Pikir Penelitian.....	31
	12. Hipotesis Penelitian.....	34
<b>BAB III</b>	<b>: METODE PENELITIAN</b>	
	A. Jenis Penelitian .....	36
	B. Lokasi penelitian .....	37
	C. Ruang Lingkup Penelitian .....	37
	D. Populasi dan Sampel.....	37
	E. Sumber Data.....	39
	F. Jenis Data .....	39
	G. Definisi Operasional Variabel .....	40
	H. Metode dan Pengumpulan Data .....	43
	I. Pengukuran Instrumen dan Analisis Data .....	44
<b>BAB IV</b>	<b>: HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
	A. Gambaran Umum Perusahaan	
	1. Sejarah Perusahaan .....	57
	2. Visi dan Misi Perusahaan .....	61
	3. Nilai-Nilai Perusahaan.....	62
	4. Logo dan Gambar Pesawat Sriwijaya Air .....	63
	5. Struktur Organisasi Perusahaan.....	64
	6. Lokasi Perusahaan .....	73
	7. Akta Pendirian .....	75
	8. Produk Perusahaan.....	75
	9. Prestasi dan Penghargaan .....	78
	B. Deskripsi Karakteristik Responden .....	79
	C. Pengujian Instrumen .....	84
	D. Penyajian Data Jawaban Responden Hasil Kuesioner .....	86
	E. Pengujian Asumsi Klasik.....	94
	F. Analisis Data dan Interpretasi .....	101
	G. Variabel Keputusan Pembelian .....	116
	H. Implikasi Hasil Penelitian.....	117

BAB V : PENUTUP

A. Kesimpulan.....121

B. Saran.....122

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



**DAFTAR TABEL**

Tabel	Halaman
3.1 Definisi Operasional Variabel .....	41
4.1 Frekuensi Distribusi Karakteristik Responden .....	80
4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas Item Instrumen	
4.3 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden	
Tentang Motivasi( $X_1$ ).....	87
4.4 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden	
Tentang Persepsi ( $X_2$ ) .....	89
4.5 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden	
Tentang Pembelajaran ( $X_3$ ) .....	90

4.6	Distribusi Frekuensi Jawaban	
	Responden Tentang Keyakinan dan sikap ( $X_4$ ) .....	91
4.7	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Tentang	
	Keputusan pembelian (Y) .....	92
4.8	Tabel Uji Normalitas.....	95
4.9	Uji Non-Multikolinearitas dengan	
	<i>Value Inflation Factor</i> (VIF).....	97
4.10	Hasil Durbin Watson.....	98
4.11	Uji Korelasi <i>Product Moment Pearson</i>	
	.....	10
2		
4.12	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	
	.....	10
3		
4.13	Perhitungan Sumbangan Efektif	
	.....	11
2		

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar	Halaman
2.1	Konsep Pemasaran..... 12
2.2	Hubungan antara Variabel Stimulus, Variabel Respon dan Variabel <i>Intervening</i> ..... 18
2.3	Model Perilaku Konsumen..... 20
2.4	Tingkatan Kebutuhan Manusia Menurut Maslow ..... 24
2.5	Model Proses Kebutuhan Pembeli Menurut Kotler ..... 28
2.6	Kerangka Pikir ..... 33
4.1	Logo dan Gambar Pesawat Sriwijaya Air..... 63
4.2	Bagan Struktur Organisasi PT. Sriwijaya Air..... 66

4.3	Bagan Struktur Organisasi PT. Sriwijaya Air Distrik Malang.....	72
4.4	Grafik Usia, Jenis Kelamin, Pekerjaan, Kisaran Pendapatan per Bulan, Pendidikan, Lama Menggunakan Jasa Maskapai Penerbangan Sriwijaya Air dan Frekuensi dalam Menggunakan Jasa Maskapai Penerbangan Sriwijaya Air dalam 2 Tahun Terakhir .....	83
4.5	Grafik Uji Normalitas Data .....	95
4.6	Grafik Uji Non-Heteroskedastisitas .....	100



**ABSTRAKSI**

Ananda Maria Setiawan, 201015001

**PENGARUH FAKTOR-FAKTOR PSIKOLOGIS TERHADAP KEPUTUSAN  
PENUMPANG DALAM MEMILIH MASKAPAI PENERBANGAN  
SRIWIJAYA AIR DI LANUD ABD. SALEH MALANG**

Ekonomi Manajemen, Universitas Katolik Widya Karya Malang, 2014

Kata kunci: Faktor psikologis (X), Keputusan Pembelian (Y).

(xvi+122)

Industri jasa maskapai penerbangan kini mengalami kompetisi persaingan yang begitu kompetitif. Oleh sebab itu, bisnis jasa memerlukan analisis strategi yang sangat tepat agar dapat membantu perkembangannya dan untuk bersaing dengan kompetitor. Hal terpenting yang mendapatkan perhatian dalam pemasaran jasa

adalah faktor psikologis, merupakan faktor di dalam diri konsumen yang berpengaruh pada pengambilan keputusan untuk melakukan proses pembelian. Faktor ini terdiri dari variabel motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan dan sikap. Penelitian ini dilakukan pada penumpang Maskapai Penerbangan PT. Sriwijaya Air di Lanud. Abd. Saleh Malang.

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel psikologis yang terdiri dari Motivasi ( $X_1$ ), Persepsi ( $X_2$ ), Pembelajaran ( $X_3$ ), Keyakinan dan Sikap ( $X_4$ ) baik secara parsial maupun simultan terhadap keputusan penumpang dalam memilih maskapai penerbangan Sriwijaya Air.
2. Untuk mengetahui variabel yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap keputusan pemilihan jasa maskapai penerbangan Sriwijaya Air.

Jenis penelitian yang digunakan adalah *Explanatory Research*. Populasi dalam penelitian ini adalah semua penumpang Maskapai Penerbangan Sriwijaya Air di Lanud Abd. Saleh Malang yang sedang dalam persiapan mengikuti penerbangan pada periode tanggal 7 Juni 2014. Teknik sampling yang digunakan yaitu *Random Sampling*. Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuesioner dengan memakai skala *likert*.

Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan pengukuran instrumen dan teknik analisis: uji validitas, uji reliabilitas, uji regresi linier berganda, dan uji asumsi klasik, dapat diketahui dan disimpulkan bahwa:

1. Faktor psikologis ( $X$ ) baik secara simultan maupun parsial berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan penumpang dalam memilih Maskapai Penerbangan Sriwijaya Air ( $Y$ ) dengan model regresi  $Y = 2,638 + 0,239X_1 + 0,167X_2 + 0,161X_3 + 0,178 X_4$ .
2. Variabel Motivasi ( $X_1$ ) mempunyai pengaruh yang dominan terhadap keputusan penumpang dalam memilih Maskapai Penerbangan Sriwijaya Air ( $Y$ ), hal didukung oleh besarnya pengaruh dari variabel motivasi ( $X_1$ ) yaitu sebesar 14,29 %.

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan dunia usaha saat ini, pertumbuhan perekonomian pada bidang jasa maupun sektor industri berkembang dengan sangat pesat. Selain itu, era globalisasi dimana era perdagangan bebas berlangsung, setiap perusahaan dituntut untuk memiliki daya saing yang tinggi. Terbukti dengan semakin banyaknya perusahaan yang memproduksi produk barang maupun jasa yang sejenis dengan kegunaan yang sama dalam rangka

memenuhi kebutuhan pasar. Untuk dapat melangkah maju dalam persaingan yang semakin kompetitif, perusahaan perlu memiliki perencanaan dan pelaksanaan yang tepat sehingga tujuan perusahaan, baik tujuan jangka pendek maupun jangka panjang yang telah ditetapkan dapat terealisasi semaksimal mungkin.

Kegiatan pemasaran merupakan salah satu fungsi vital dalam mendukung pencapaian tujuan perusahaan. Pemasaran adalah sistem dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan produk, menetapkan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan konsumen. Prinsip utama dalam pemasaran adalah memenuhi dan memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Sektor jasa memiliki peran yang sangat penting bagi keberhasilan dalam menjalankan suatu roda perekonomian. Jasa dalam perekonomian secara mutlak diperlukan untuk meningkatkan kualitas hidup konsumen. Jasa yang dapat dinikmati oleh masyarakat semakin meningkat jenis dan jumlahnya, dan salah satunya adalah jasa transportasi. Pembangunan transportasi ditujukan untuk mewujudkan transportasi yang terpadu, tertib, lancar, aman, nyaman, cepat, terjangkau, efektif dan efisien. Lupiyoadi (2013:11) menyatakan "untuk berbisnis di dunia jasa, biasanya memerlukan prasarana (*infrastructure*) dan biaya tetap substansial, dimana pendapatan sangat sensitif terhadap utilitas/kegunaan (*utilization*)."

Berkembangnya industri penerbangan memberikan suatu kesempatan dan tantangan yang baru bagi perusahaan maskapai penerbangan. Kesempatan muncul sehubungan dengan meningkatnya permintaan akan jasa penerbangan.



Sedangkan yang menjadi tantangannya adalah semakin tingginya tingkat persaingan diantara perusahaan maskapai penerbangan yang telah ada. Kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan melalui penyampaian jasa penerbangan yang berkualitas. Para perusahaan maskapai penerbangan saling bersaing untuk menguasai pasar, yaitu dengan menawarkan keunggulan-keunggulan dari jasa yang dimilikinya. Salah satunya yaitu perusahaan maskapai penerbangan PT. Sriwijaya Air. Perusahaan menerapkan usaha pengembangan jasa yang agresif dalam bisnis maskapai penerbangan dengan meningkatkan kualitas pelayanan secara kompetitif agar sesuai dengan harapan dan kebutuhan penumpang.

Tujuan utama kegiatan pemasaran adalah memengaruhi pembeli untuk bersedia membeli barang dan jasa pada saat mereka membutuhkan. Perilaku pembelian dari setiap konsumen tidaklah sama karena perilaku konsumen bukanlah hal yang statis, namun dapat berubah sesuai dengan faktor-faktor yang memengaruhinya. Perusahaan harus dapat mempelajari keinginan, persepsi, preferensi dan perilaku berbelanja serta perilaku pembelian konsumen. Perilaku pembelian konsumen dipengaruhi oleh faktor budaya, sosial, dan pribadi (Kotler, 2009).

Upaya dalam memahami perilaku konsumen dapat membantu manajemen untuk menciptakan cara yang tepat dalam mendorong individu melakukan pembelian terhadap produknya, bahkan tidak menutup kemungkinan dapat menjadi konsumen yang loyal. Dengan demikian perusahaan dituntut dapat mencermati serta memahami faktor-faktor yang memengaruhi perilaku pembelian. Salah satu faktor yang berperan yaitu faktor psikologis. Kotler

(2009:177) menyatakan “empat proses faktor psikologis terdiri dari motivasi, persepsi, pembelajaran, memori.”

Faktor psikologis merupakan salah satu faktor yang memengaruhi keputusan pembelian yang sifatnya internal dan muncul dari dalam diri konsumen. Variabel psikologis yang mendorong konsumen untuk melakukan keputusan pembelian dapat disebut dengan motivasi. Persepsi muncul sebagai interpretasi hasil tanggapan indera penerima (mata, telinga, mulut dan jari). Seperti kita ketahui hirarki kebutuhan manusia Maslow (dalam Kotler, 2009:179) adalah kebutuhan akan aktualisasi diri. Salah satu cara aktualisasi yang ditunjukkan adalah dalam penggunaan jasa transportasi yang sangat terpercaya, salah satunya dengan pemilihan terhadap berbagai macam jasa maskapai penerbangan.

PT. Sriwijaya Air adalah satu diantara perusahaan maskapai penerbangan yang berkomitmen untuk mempertahankan kualitas pelayanan kepada konsumen dan pelanggannya dengan tujuan tetap terjalinnya hubungan baik dimasa depan dan loyalitas pelanggan dapat dipertahankan. Jenis pelayanan yang dilakukan meliputi pelayanan pemesanan tiket pesawat, pelayanan penumpang di bandar udara (*check-in, baggage handling*), pelayanan pengiriman barang melalui udara (*air cargo*) dan pelayanan penumpang di dalam pesawat selama penerbangan. Beberapa strategi pelayanan telah diterapkan oleh PT. Sriwijaya Air untuk meningkatkan pelayanannya kepada penumpang.

Lupiyoadi (2013:14) mengungkapkan “bisnis jasa adalah suatu bisnis yang sangat sensitif terhadap kemajuan informasi dan teknologi karena data-data

mengenai konsumen, transaksi, dan karyawan-karyawan adalah informasi yang sangat penting yang dapat membedakan jasa tersebut dengan kompetitor.” Para perusahaan maskapai penerbangan semakin bersaing ketat dalam usaha untuk dapat menguasai pasar, mengingat penumpang semakin kritis dalam memilih produk jasa maskapai penerbangan yang berkualitas dan sesuai dengan harapan serta sesuai dengan kebutuhan mereka. Para penumpang memilih maskapai penerbangan Sriwijaya Air karena memang kebutuhan akan jasa tersebut atau karena citra maskapai penerbangan yang telah melekat dalam diri penumpang. Apapun alasan yang memengaruhi keputusan pemilihan maskapai penerbangan Sriwijaya Air, kesemuanya tidak lepas dari faktor psikologis dari setiap individu sebagai konsumen.

Pemasaran yang berhasil mengharuskan perusahaan menjalin hubungan penuh dengan pelanggannya. Berdasarkan pada konsep di atas, untuk mengingat pentingnya faktor perilaku konsumen, maka penelitian ini diarahkan untuk membahas faktor-faktor psikologis yang memengaruhi keputusan penumpang dalam memilih maskapai penerbangan Sriwijaya Air. Dalam penelitian ini judul yang dipilih adalah “PENGARUH FAKTOR-FAKTOR PSIKOLOGIS TERHADAP KEPUTUSAN PENUMPANG DALAM MEMILIH MASKAPAI PENERBANGAN SRIWIJAYA AIR DI LANUD ABD. SALEH MALANG.”

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian pada latar belakang, maka dapat dirumuskan masalah seperti berikut ini:

1. Apakah variabel psikologis yang terdiri dari Motivasi ( $X_1$ ), Persepsi ( $X_2$ ), Pembelajaran ( $X_3$ ), Keyakinan dan Sikap ( $X_4$ ) berpengaruh secara signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap keputusan penumpang dalam memilih maskapai penerbangan Sriwijaya Air?
2. Variabel manakah diantara Motivasi ( $X_1$ ), Persepsi ( $X_2$ ), Pembelajaran ( $X_3$ ), Keyakinan dan Sikap ( $X_4$ ) yang berpengaruh dominan terhadap keputusan penumpang dalam memilih maskapai penerbangan Sriwijaya Air?

## C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel psikologis yang terdiri dari Motivasi ( $X_1$ ), Persepsi ( $X_2$ ), Pembelajaran ( $X_3$ ), Keyakinan dan Sikap ( $X_4$ ) baik secara parsial maupun simultan terhadap keputusan penumpang dalam memilih maskapai penerbangan Sriwijaya Air.
2. Untuk mengetahui variabel yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap keputusan penumpang dalam memilih maskapai penerbangan Sriwijaya Air.

## D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pihak-pihak sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan Sriwijaya Air

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi PT. Sriwijaya Air selaku perusahaan jasa maskapai penerbangan, sehingga dapat dijadikan

masuk atau bahan pertimbangan dalam memberikan pelayanan jasa yang berkualitas dan yang sesuai dengan keinginan serta harapan penumpang.

2. Bagi Peneliti

Dapat menambah wawasan pengetahuan baik secara teori maupun praktik di bidang pemasaran serta penerapan dalam dunia kerja.

3. Bagi Pembaca

Memberikan kontribusi ilmu pengetahuan dan menambah referensi pendidikan dalam bidang pemasaran.

4. Bagi Universitas

Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi dokumen akademik yang berguna untuk dijadikan acuan bagi civitas akademika.



**BAB II**

**LANDASAN TEORI**

**A. Teori yang Mendasari Penelitian**

**1. Penelitian Terdahulu**

a. Karolus Iwan Setiabudi (2007)

1) Judul: Analisis Faktor Psikologis yang Memengaruhi Keputusan Pasien dalam Memilih Pelayanan Jasa pada Rumah Sakit Umum Daerah Kabupaten Malang.

2) Penelitian dilakukan di Rumah Sakit Umum Daerah Kabupaten Malang.

3) Metode pengumpulan data: