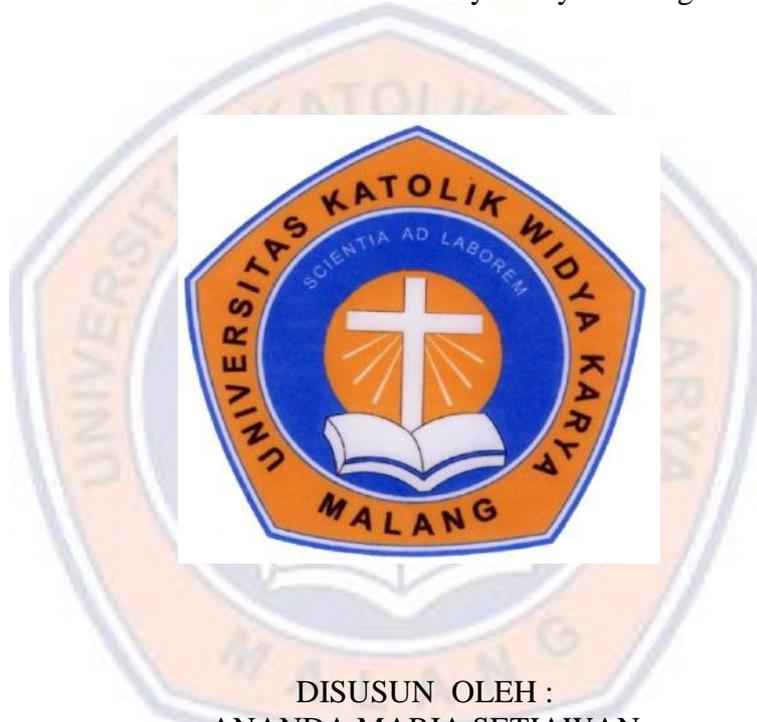


**PENGARUH FAKTOR-FAKTOR PSIKOLOGIS TERHADAP
KEPUTUSAN PENUMPANG DALAM MEMILIH
MASKAPAI PENERBANGAN SRIWIJAYA AIR
DI LANUD ABD. SALEH
MALANG**

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

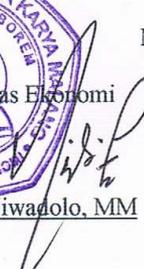
Pembimbing I

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”**

Persembahan

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

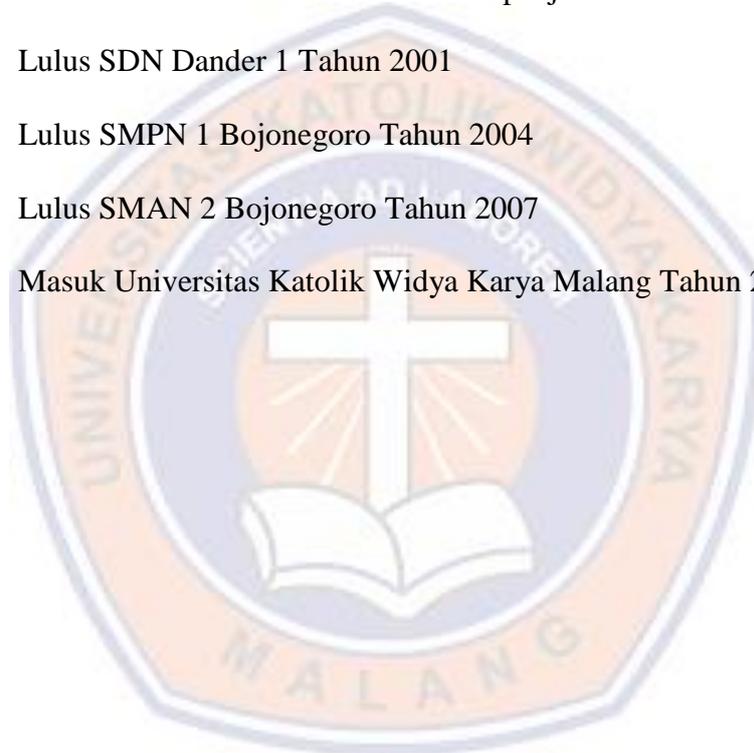
Tempat tanggal lahir : Bojonegoro, 31 Maret 1989

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.

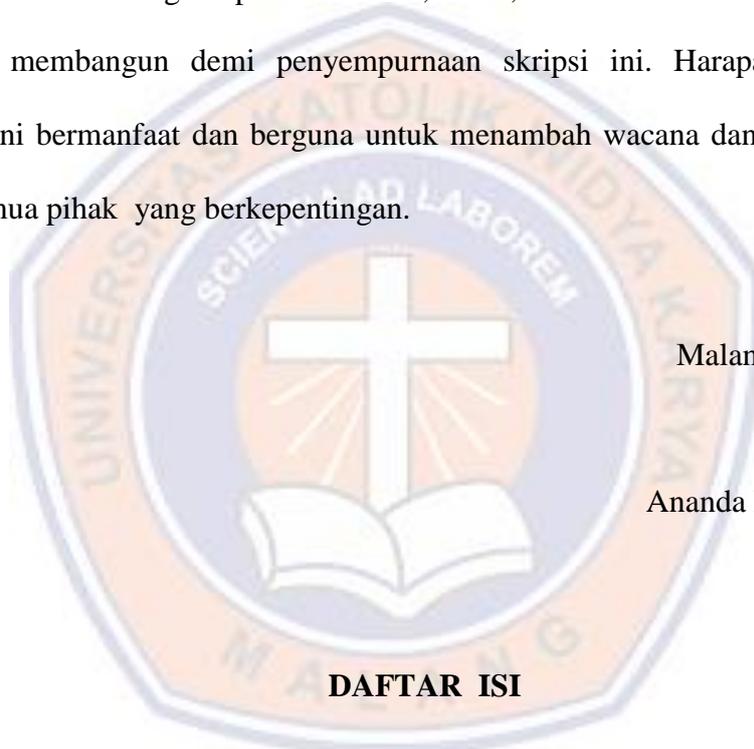
Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan dalam memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Strata Satu (S-1) pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Karya Malang. Dalam penyusunan skripsi ini banyak sekali bantuan yang penulis terima, baik berupa bimbingan, pengarahan, maupun 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
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah Penelitian.....	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	6
BAB II : LANDASAN TEORI	
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
BAB III	: METODE PENELITIAN	
	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
BAB IV	: HASIL DAN PEMBAHASAN	
	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

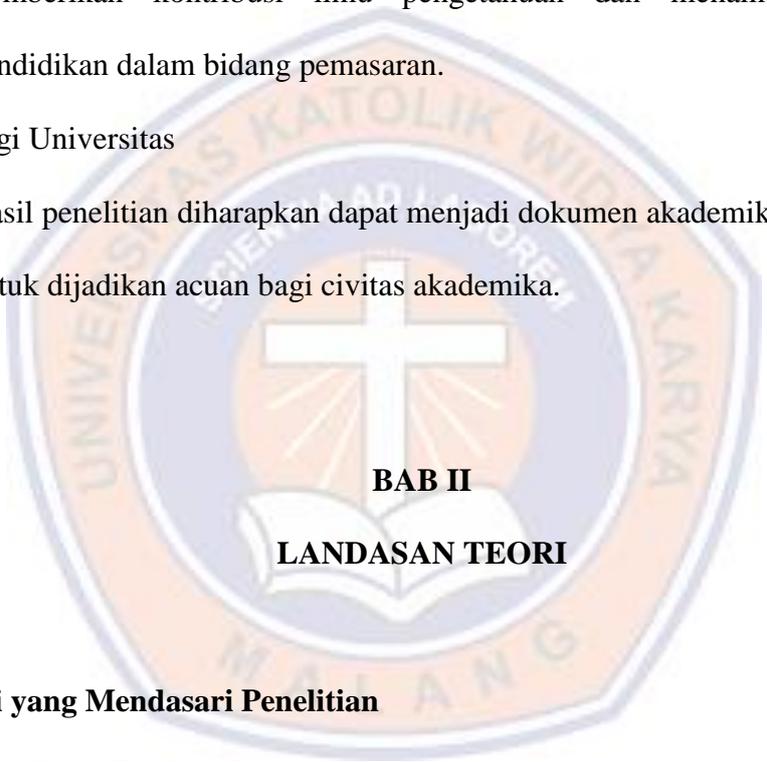
Dapat menambah wawasan pengetahuan baik secara teori maupun praktik di bidang pemasaran serta penerapan dalam dunia kerja.

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: