

ABSTRAK

Tingginya keluhan masyarakat terhadap layanan menuntut PT. Sriwijaya Air untuk mengevaluasi seperti apa tingkat pelayanan yang sudah diberikan kepada konsumen. Hal tersebut untuk membangun citra yang baik dimata konsumen. Tujuan penelitian ini adalah untuk faktor-faktor apa saja yang menentukan konsumen dalam menggunakan jasa transportasi penerbangan Sriwijaya Air berdasarkan kecenderungan atau preferensi konsumen serta untuk mengetahui atribut-atribut apa yang perlu diperbaiki dan dipertahankan dalam pelayanan jasa penerbangan maskapai Sriwijaya Air. Berdasarkan kondisi tersebut maka informasi preferensi konsumen ini menjadi sangat penting bagi pihak maskapai Sriwijaya Air.

Metode yang digunakan adalah model Kano. Model Kano dalam penelitian ini digunakan untuk mengkategorikan karakteristik jasa pelayanan pada maskapai penerbangan Sriwijaya Air berdasarkan kecenderungan atau preferensi konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada 4 faktor yang berpengaruh pada kecenderungan atau preferensi konsumen yaitu faktor produk, faktor harga, faktor promosi, dan faktor distribusi. Sedangkan berdasarkan diagram kano semua atribut mendapatkan kategori indenfferent dan atribut yang berpengaruh paling besar terhadap konsumen untuk tetap menggunakan jasa maskapai Sriwijaya Air yaitu harga tiket yang ditawarkan maskapai sriwijaya air terjangkau dan mampu bersaing dengan maskapai lainnya

Kata Kunci : Kualitas pelayanan, Atribut, Model Kano dan Sriwijaya Air