



Perbandingan Loyalitas Penumpang Maskapai Lion Air Dan Citilink (Studi Kasus Di Yogyakarta)

Wirda Nisa Pradela*, Yuyun Wahyuni

Program Studi Manajemen, STIE IEU Yogyakarta

Abstrak: Studi ini dimaksudkan guna mengetahui perbandingan loyalitas penumpang antara Maskapai Lion Air dan Citilink di Yogyakarta. Penelitian memakai pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 100 responden yang terdiri dari 50 penumpang Lion Air dan 50 penumpang Citilink. Data dikumpulkan melalui kuesioner serta dianalisis memakai Independent Sample t-Test dengan bantuan program SPSS. Hasil studi menunjukkan bahwa rata-rata loyalitas penumpang Lion Air sebesar 36,46 lebih tinggi dibandingkan Citilink sebesar 31,40. Namun, hasil uji Independent Sample t-Test menghasilkan nilai sig. (Sig. 2-tailed) sebesar $0,61 > 0,05$, sehingga tidak ada perbedaan signifikan antara loyalitas penumpang Lion Air dan Citilink di Yogyakarta. Dengan demikian, loyalitas penumpang pada kedua maskapai relatif sama meskipun terdapat perbedaan nilai rata-rata. Diharapkan studi ini bisa menjadi masukan bagi maskapai penerbangan dalam meningkatkan kualitas pelayanan guna mempertahankan loyalitas penumpang.

Kata Kunci: Loyalitas Penumpang, Lion Air, Citilink, Kualita, Maskapai Penerbangan.

DOI:

<https://doi.org/10.53697/emba.v6i1.4200>

*Correspondence: Wirda Nisa Pradela

Email: Wirdanisa06@gmail.com

Received: 15-04-2026

Accepted: 15-05-2026

Published: 15-06-2026



Copyright: © 2026 by the authors. Submitted for open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Abstract: This study aims to compare passenger loyalty between Lion Air and Citilink in Yogyakarta. The research employed a quantitative approach using a survey method involving 100 respondents, consisting of 50 Lion Air passengers and 50 Citilink passengers. Data were collected through questionnaires and analyzed using the Independent Sample t-Test with the assistance of SPSS software. The results showed that the average passenger loyalty score of Lion Air was 36.46, which was higher than Citilink's score of 31.40. However, the Independent Sample t-Test results indicated a significance value (Sig. 2-tailed) of $0.61 > 0.05$, meaning that there was no significant difference in passenger loyalty between Lion Air and Citilink in Yogyakarta. Therefore, passenger loyalty toward both airlines can be considered relatively similar despite the difference in their average scores. The findings are expected to provide useful insights for airlines in improving service quality to maintain and enhance passenger loyalty.

Keywords: Passenger Loyalty, Lion Air, Citilink, Service Quality, Airline Industry

Pendahuluan

Dalam beberapa dekade terakhir, perkembangan yang sangat signifikan terjadi pada industri penerbangan di Indonesia, seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat akan sarana transportasi yang efisien, cepat, dan aman. Transportasi udara mengemban peran yang krusial dalam menghubungkan berbagai wilayah di Indonesia yang tergolong sebagai negara kepulauan dengan ribuan pulau yang saling terpisah oleh lautan dan berjarak cukup jauh. Pertumbuhan jumlah penduduk, meningkatnya mobilitas masyarakat, perkembangan sektor pariwisata, serta pertumbuhan aktivitas bisnis dan perdagangan turut mendorong peningkatan permintaan terhadap jasa transportasi udara. Kondisi ini terlihat dari semakin meningkatnya jumlah penumpang pesawat setiap tahunnya serta bertambahnya rute penerbangan yang dilayani oleh berbagai maskapai penerbangan. Perkembangan tersebut menunjukkan bahwa industri penerbangan telah berperan signifikan sebagai salah satu kontributor utama terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Seiring dengan perkembangan industri penerbangan, persaingan antar maskapai penerbangan di Indonesia juga semakin ketat. Berbagai maskapai berupaya menarik minat masyarakat dengan menawarkan harga tiket yang sangat kompetitif, jaringan rute yang luas, kemudahan dalam proses pemesanan tiket, serta peningkatan kualitas pelayanan kepada penumpang. Selain bersaing dalam aspek harga, maskapai juga dituntut untuk memberikan pelayanan yang berkualitas melalui ketepatan waktu penerbangan, kenyamanan selama perjalanan, keamanan penerbangan, serta kemampuan dalam menangani keluhan pelanggan. Dalam situasi persaingan yang semakin ketat, setiap maskapai penerbangan dituntut untuk senantiasa melakukan inovasi serta meningkatkan mutu layanan guna mempertahankan pelanggan yang telah ada sekaligus menarik pelanggan baru. Kondisi tersebut menempatkan loyalitas penumpang sebagai satu diantara faktor krusial yang menentukan keberhasilan perusahaan dalam menjaga serta memperkuat posisinya di tengah dinamika industri penerbangan yang semakin kompetitif serta terus berkembang ([Utama, 2021](#), [Silvia, 2013](#), [Nuzuli, 2019](#)).

Lion Air ialah maskapai penerbangan swasta nasional yang berasal dari Indonesia yang didirikan secara resmi pada 15 November 1999, serta mulai menjalankan kegiatan operasional pertamanya pada 30 Juni 2000. Pada fase awal operasinya, layanan penerbangan yang disediakan mencakup rute Jakarta–Pontianak dengan armada awal berupa dua unit pesawat Boeing 737-200. PT Lion Mentari Airlines, yang lebih dikenal sebagai Lion Air, berkantor pusat di Lion Air Tower yang berlokasi di Jalan Gajah Mada No. 7, Jakarta Pusat. Maskapai ini diklasifikasikan sebagai penyedia layanan penerbangan berbiaya rendah (Low Cost Carrier/LCC) dan mengusung slogan “We Make People Fly”. Dalam perkembangannya, Lion Air berhasil memberi kontribusi dalam menjamin keteraturan jadwal penerbangan yang lebih nyaman sekaligus membentuk jaringan rute yang strategis bagi sekitar 260 juta penduduk Indonesia, sebagai negara yang jumlah populasinya terbesar di kawasan Asia Tenggara. Selain itu, berdasarkan proyeksi International Air Transport Association (IATA), Indonesia

diperkirakan pada tahun 2037 akan menjadi pasar penerbangan terbesar keempat di dunia, sehingga posisi Lion Air dinilai mempunyai peran yang penting dalam mendukung pembangunan nasional. Selaras dengan itu, pada tahun 2018 maskapai ini mulai menerapkan strategi ekspansi dengan memperluas layanan penumpang ke beberapa destinasi internasional, seperti Malaysia, Singapura, Arab Saudi, serta Tiongkok, dengan tetap mempertahankan komitmen terhadap penyediaan tarif rendah untuk layanan penumpang maupun kargo di berbagai rute. ([Kepuasan & Kualitas, 2026](#))([Abdurochman & Tantra, 2023](#)).

Citilink Indonesia ialah Strategic Business Unit (SBU) dari PT Garuda Indonesia yang didirikan pada tahun 2001 sebagai satu diantara entitas dalam industri transportasi udara di Indonesia. Pada sektor penerbangan, persaingan berlangsung sangat ketat, terutama pada maskapai yang mengadopsi konsep *Low Cost Carrier* (LCC). Model ini pada dasarnya menekankan efisiensi dan pengurangan biaya operasional (*operating cost*) melalui strategi penurunan berbagai komponen biaya dalam kegiatan operasional penerbangan. Dalam penerapannya, konsep *Low Cost Carrier* juga mengutamakan penyederhanaan proses layanan pemesanan tiket dengan memanfaatkan teknologi informasi, khususnya melalui penggunaan tiket elektronik (*e-ticketing*). Selain itu, pola operasional yang diterapkan umumnya berfokus pada penerbangan jarak pendek dengan sistem *point to point*. Di sisi lain, pemanfaatan layanan digital dalam industri ini memungkinkan proses pelayanan kepada konsumen dilakukan secara virtual atau elektronik, sehingga akses terhadap layanan penerbangan menjadi lebih luas dan terintegrasi di berbagai bandara serta jaringan armada di tingkat global. Meskipun demikian, aspek keselamatan (*safety*) tetap dipertahankan sebagai prioritas utama guna menjamin keamanan penumpang ([Agustini, 2007](#))([Octoriviano et al., 2022](#)).

Lion Air dan Citilink merupakan dua maskapai yang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia, termasuk di Yogyakarta. Kedua maskapai tersebut menawarkan layanan penerbangan dengan karakteristik dan strategi pelayanan yang berbeda. Oleh karena itu, tingkat loyalitas penumpang terhadap masing-masing maskapai dapat berbeda tergantung pada pengalaman, kepuasan, dan persepsi penumpang terhadap kualitas layanan yang diberikan. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan membandingkan loyalitas penumpang Maskapai Lion Air dan Citilink di Yogyakarta. Hasil studi diharapkan dapat memberikan informasi mengenai tingkat loyalitas penumpang pada kedua maskapai serta menjadi bahan evaluasi bagi perusahaan dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan mempertahankan pelanggan. (Dirgayusa & Putri, 2016).

Meurjuk pada penjabaran latar belakang diatas maka bisa dirumuskan pertanyaan berikut : “Apakah terdapat perbedaan tingkat loyalitas penumpang antara Maskapai Lion Air dan Maskapai Citilink di Yogyakarta?”. Tujuan yang akan dicapai pada studi ini ialah guna mengetahui signifikansi perbedaan Tingkat loyalitas penumpang maskapai Lion Air dan Citilink di Yogyakarta.

Metodologi

Tempat Penelitian

Studi ini di laksanakan di Yogyakarta. Lokasi ini dipilih ini didasarkan dengan objek penelitian mengenai perbandingan loyalitas penumpang kedua maskapai tersebut., sehingga menyediakan jumlah responden yang memadai untuk penelitian kuantitatif.

Objek penelitian

Objek penelitian pada studi ini ialah loyalitas penumpang maskapai penerbangan, khususnya pada Maskapai Lion Air dan Maskapai Citilink di Yogyakarta. Loyalitas penumpang yang dimaksud mencakup sikap dan perilaku penumpang dalam menggunakan kembali jasa maskapai, kesediaan merekomendasikan kepada pihak lain, serta konsistensi dalam memilih maskapai yang sama dibandingkan dengan maskapai pesaing.

Jenis Penelitian

Studi ini tergolong sebagai penelitian komparatif. Penelitian komparatif ialah suatu kajian ilmiah yang dilaksanakan dengan memakai metode perbandingan. Menurut pendapat Aswami yang dikutip oleh Arikunto (1997:236), penelitian komparatif dimaksudkan guna mengidentifikasi persamaan serta perbedaan antara objek-objek tertentu, seperti benda, prosedur kerja, individu, gagasan, maupun kritik terhadap individu atau kelompok terkait suatu ide ataupun prosedur kerja yang diterapkan.

Populasi dan Sampel

Pada studi ini, seluruh pengguna maskapai Citilink dan Lion Air di wilayah Yogyakarta ditetapkan sebagai populasi penelitian. Adapun teknik pengambilan sampel yang dipakai ialah non-probability sampling. Menurut Nugroho (2024), non-probability sampling ialah metode pemilihan sampel yang tidak memberi peluang yang serupa bagi tiap anggota populasi untuk terpilih sebagai responden. Teknik ini umumnya dipakai pada penelitian eksploratif atau penelitian yang lebih menitikberatkan pada penggalian informasi tertentu, bukan pada keterwakilan populasi secara menyeluruh. Selanjutnya, pada studi ini diterapkan teknik purposive sampling, yakni teknik penentuan sampel menurut pertimbangan atau kriteria tertentu dengan maksud mendapat unit sampel yang relevan dengan kebutuhan penelitian. Adapun kriteria responden yang ditetapkan ialah (i) penumpang yang pernah memakai jasa maskapai Lion Air atau Citilink(ii)Penumpang yang melakukan penerbangan melalui Bandara Internasional (iii)Penumpang berusia minimal 17 tahun (iv)Penumpang yang telah menerima pelayanan jasa maskapai Lion Air atau Citilink.

Metode Pengumpulan Data

Pada studi ini, metode survei dipakai sebagai teknik penghimpunan data, yang dilaksanakan dengan cara menyebarkan kuesioner secara daring melalui internet, seperti Instagram, WhatsApp, serta Telegram, serta melalui tautan Google Form yang telah dibuat, yang memuat pernyataan-pernyataan mengenai loyalitas penumpang.

Variable penelitian

Penelitian ini menggunakan satu variabel yaitu dengan loyalitas penumpang (Y) yang dibandingkan antara penumpang maskapai Lion Air dan Citilink di Yogyakarta. Adapun indikator loyalitas penumpang yang digunakan dalam penelitian ini meliputi (i)Melakukan pembelian ulang jasa penerbangan (ii)Merekomendasikan maskapai kepada orang lain (iii)Memiliki kepercayaan terhadap maskapai. (iv)Tidak mudah berpindah ke maskapai lain (v)Memiliki kepuasan terhadap pelayanan maskapai.

Skala Pengukuran

Pada studi ini, teknik pengukuran variabel yang dipakai ialah Skala Likert dengan jenis skala pengukuran interval. Sugiyono (2016:165), mengungkapkan bahwasannya skala likert ialah instrumen yang dikembangkan guna mengukur sikap, pendapat, serta persepsi kelompok atau individu pada suatu objek, baik yang berkaitan dengan potensi maupun permasalahan yang ada pada objek tersebut. Selanjutnya, pada studi ini setiap respons dari responden kemudian dikelompokkan ke dalam 5 kategori jawaban, yakni:

Tabel 1. Tingkat Penilaian Jawaban

No	Pilihan Responden	Bobot Nilai
1	Sangat Tidak Setuju	1
2	Tidak Setuju	2
3	Netral	3
4	Setuju	4
5	Sangat Setuju	5

(Sumber : Rangkuti, 2005:66)

Uji Validitas

Uji validitas ialah prosedur yang dipakai guna menilai apakah butir-butir pernyataan pada kuesioner bisa menghasilkan data yang sesuai dengan konstruk yang hendak diukur. Pengujian tersebut dilaksanakan dengan menjumlahkan keseluruhan skor dari seluruh item yang ada pada instrumen (Ghozali, 2011:52).

Rumus:

$$R_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(n \sum x^2 - (\sum x)^2)(n \sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Dimana : r ialah koefisien korelasi antara variabel X dengan variabel Y; x ialah nilai indikator pernyataan; y ialah ilai total variabel dan n ialah Jumlah data. Adapun penentuan validitas item kuesioner ditetapkan berdasarkan kriteria berikut: (i) item dinyatakan "valid" bila r hitung > r tabel pada taraf sig. 5%; (ii), item dinyatakan "tidak valid" bila r hitung < r tabel pada taraf sig. 5%.

Uji Reliabilitas

Dalam penelitian Perbandingan Loyalitas Penumpang Maskapai Lion Air dan Citilink di Yogyakarta, uji reliabilitas dilakukan terhadap instrumen kuesioner variabel Loyalitas Penumpang yang telah dinyatakan valid melalui uji validitas.

Reliabilitas alat ukur digunakan rumus Cronbach alpha (α) berikut :

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Dimana α = koefisien reliabilitas, k = jumlah item pernyataan, σ_i^2 = varians masing-masing item dan σ_t^2 = varians total

instrumen penelitian dinyatakan reliabel bila nilai Cronbach's Alpha > 0,60. Oleh karenanya, kuesioner yang dipakai pada studi ini layak dan andal untuk mengukur loyalitas penumpang Maskapai Lion Air dan Citilink di Yogyakarta. (Prayitno,2010:75).

Alat Analisis Data Uji Independen Samples t-Test

Pada studi komparatif ini, peneliti memakai uji *independent samples t-test* guna melakukan pengujian hipotesis perbandingan. Pemilihan metode *t-test* atau *t-score* didasarkan pada pertimbangan bahwasannya teknik statistik tersebut pada dasarnya dipakai guna mengetahui keberadaan atau ketiadaan perbedaan yang signifikan antara dua kelompok yang berbeda. Pengolahan data pada studin ini dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SPSS. Adapun kriteria pengambilan keputusan yang dipakai sebagai acuan ialah: (i) bila niali sig. (Sig. 2-tailed) < 0,05, maka hipotesis yang menyatakan "ada perbedaan loyalitas penumpang antara maskapai Citilink dan Lion Air di Yogyakarta" dinyatakan diterima; (ii) bila nilai sig. (Sig. 2-tailed) > 0,05, maka hipotesis yang menyatakan "tidak ada perbedaan loyalitas penumpang antara maskapai Citilink dan Lion Air di Yogyakarta" dinyatakan diterima. Pada dasarnya, *independent samples t-test* dipakai guna menguji perbedaan rerata antara dua kelompok yang independen, yakni kelompok penumpang maskapai Citilink dan kelompok penumpang maskapai Lion Air, dengan ketentuan data harus berdistribusi normal serta mempunyai skala pengukuran interval (Ghozali, 2018).

Hasil dan Pembahasan Responden

Responden studi ini mencakup individu yang tinggal serta berdomisili di wilayah Yogyakarta, baik yang merupakan penduduk asli maupun para pendatang yang menetap di daerah tersebut. Pemilihan responden dilaksanakan dengan ketentuan bahwa mereka pernah memakai jasa penerbangan Maskapai Citilink dan Lion Air.

Berdasarkan jenis kelamin, karakteristik responden pengguna Maskapai Lion Air disajikan berikut.

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin (Maskapai Lion Air Dan Citilink)

Jenis kelamin	Frekuensi	percent	Valid percent	Cumulative percent
Laki – laki	46	46,0	46,0	46,0
perempuan	54	54,0	54,0	100,0
Total	100	100	100	

Sumber : Data primer diolah tahun 2026.

Merujuk pada Tabel diatas maka bisa terlihat bahwasannya responden yang paling banyak ialah perempuan berjumlah 54 (54%) dan diikuti responden laki-laki sebanyak 46 (46%).

Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Table 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia (Maskapai Lion Air Dan Citilink)

Umur	Frekuensi	percent	Valid percent	Cumulative percent
17 tahun - 19 tahun	3	3,0	3,0	3,0
20 tahun – 29 tahun	59	59,0	59,0	62,0
30 tahun – 39 tahun	36	36,0	36,0	98,0
≥40 tahun	2	2,0	2,0	100,0
Total	100	100	100	

Sumber : Data primer diolah tahun 2026.

Berdasarkan Tabel diatas dari total keseluruhan 100 responden terdapat 3 (3%) responden berusia 17 tahun – 19 tahun, 59(59%) responden berusia 20 - 29 tahun, 36 (36%) responden berusia 30 - 39 tahun, dan 2 (2%) responden berusia ≥40 tahun jadi, bisa ditarik simpulan bahwasannya responden pada studi ini didominasi oleh responden usia 20– 29 tahun dengan responden 59 (59%).

Karakteristik Menurut Pendidikan Terakhir

Table 4. Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir (Maskapai Lion Air Dan Citilink)

Pendidikan terakhir	Frekuensi	percent	Valid percent	Cumulative percent
≤SMA/SMK	33	33,0	33,0	33,0
Diploma	13	13,0	13,0	46,0
Sarjana	40	40,0	40,0	86,0
≥S2	14	14,0	14,0	100,0
Total	100	100	100	

Sumber: Data primer diolah tahun 2026.

Merujuk pada Tabel diatas dari total keseluruhan 100 responden terdapat 33 (33%) responden dengan pendidikan terakhir ≤SMA/SMK, 13(13%) responden dengan pendidikan terakhir Diploma, 40 (40%) Sarjana, 14 (14%) responden dengan pendidikan S2 jadi, bisa ditarik simpulan bahwasannya responden pada studi ini didominasi oleh responden dengan Pendidikan sarjana sebanyak 40 (40% responden).

Karakteristik berdasarkan pekerjaan:

Tabel 5. Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan (Maskapai Lion Air Dan Citilink)

Pekerjaan	Frekuensi	percent	Valid percent	Cumulative percent
Mahasiswa	21	21,0	21,0	21,0
Pegawai negeri sipil	26	26,0	26,0	47,0
Karyawan swasta	39	39,0	39,0	86,0
Wiraswasta	14	14,0	14,0	100,0
Total	100	100	100	

Sumber : Data primer diolah tahun 2026

Berdasarkan Tabel diatas dari total keseluruhan 100 responden terdapat 21 (21%) responden dengan pekerjaan mahasiswa, 26 (26%) responden dengan pekerjaan pegawai negeri sipil, 39 (39%) responden dengan pekerjaan karyawan swasta, 14 (14%) responden dengan pekerjaan wiraswasta jadi, bisa ditarik simpulan bahwasannya responden pada studi ini didominasi responden dengan pekerjaan karyawan swasta dengan responden 39 (39%).

Karakteristik berdasarkan maskapai yang digunakan

Tabel 5. Karakteristik Berdasarkan maskapai yang digunakan (Maskapai Lion Air Dan Citilink)

Maskapai yang pernah digunakan	Frekuensi	percent	Valid percent	Cumulative percent
Lion Air	50	50,0	50,0	50,0
CITILINK	50	50,0	50,0	100,0
Total	100	100	100	

Sumber : Data primer diolah tahun 2026

Berdasarkan Tabel diatas dari total keseluruhan 100 responden terdapat 21 (21%) responden dengan pekerjaan mahasiswa, 26 (26%) responden dengan pekerjaan pegawai negeri sipil, 39 (39%) responden dengan pekerjaan karyawan swasta, 14 (14%) responden dengan pekerjaan wiraswasta jadi, bisa ditarik simpulan bahwasannya responden pada

studi ini didominasi responden dengan pekerjaan karyawan swasta dengan responden 39 (39%).

Uji validitas

Pada studi ini, validitas diuji dengan tujuan guna mengetahui sejauhmana instrumen yang dipakai benar-benar bisa mengukur variabel yang hendak diukur. Pengujian ini dilaksanakan dengan membagi responden ke dalam dua kelompok, yakni 50 responden pengguna Lion Air serta 50 responden pengguna Citilink. Proses pengujian memakai taraf sig. (α) sebesar 5% atau 0,05. Penentuan nilai r tabel terlebih dahulu dilakukan melalui perhitungan Df yakni $Df = N - 2, = 50 - 2 = 48$. Merujuk pada perhitungan tersebut, nilai r tabel untuk Lion Air ialah 0,2787. Untuk maskapai Citilink $Df = 50 - 2 = 48$, sehingga nilai r tabel = 0,2787. Kriteria penentuan validitas data ditetapkan bila nilai r hitung > r tabel serta nilai sig. < 0,05. Adapun teknik analisis yang dipakai pada pengujian ini ialah korelasi Product Moment Pearson yang diolah melalui aplikasi IBM SPSS Statistics.

Tabel 7. Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Penumpang Lion Air Dan Citilink

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Loyalitas Penumpang maskapai Lion air	1	0,836	0,2787	Valid
	2	0,803	0,2787	Valid
	3	0,902	0,2787	Valid
	4	0,807	0,2787	Valid
	5	0,824	0,2787	Valid
	6	0,869	0,2787	Valid
	7	0,873	0,2787	Valid
	8	0,854	0,2787	Valid
	9	0,809	0,2787	Valid
	10	0,945	0,2787	Valid
	11	0,879	0,2787	Valid
Loyalitas Penumpang CITILINK	1	0,862	0,2787	Valid
	2	0,849	0,2787	Valid
	3	0,903	0,2787	Valid
	4	0,891	0,2787	Valid
	5	0,881	0,2787	Valid
	6	0,869	0,2787	Valid
	7	0,911	0,2787	Valid
	8	0,930	0,2787	Valid
	9	0,867	0,2787	Valid
	10	0,905	0,2787	Valid
	11	0,877	0,2787	Valid

Sumber : Data primer diolah tahun 2026.

Tabel diatas menunjukkan bahwa variable Loyalitas Penumpang Lion Air dan Citilink mempunyai nilai r hitung $>$ r tabel, maka dapat dikatakan bahwasannya semua item pernyataan pada variabel Loyalitas Pelanggan valid.

Uji Reabilitas

Uji reliabilitas dilaksanakan guna menilai konsistensi suatu instrumen pengukuran ketika digunakan pada objek yang sama secara berulang. Dengan kata lain, uji ini dimaksudkan guna menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten bila dilaksanakan pengukuran lebih dari 1 kali Sumber : Data Diolah, 2025 Bila nilai reliabilitas $<$ 0,6 maka dikategorikan kurang baik, nilai 0,7 dianggap bisa diterima, sedangkan nilai $>$ 0,8 dinyatakan baik. Merujuk pada hasil perhitungan memakai rumus Alpha Cronbach melalui aplikasi SPSS, didapat keputusan koefisien reliabilitas penelitian berikut:

Tabel 9. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas Penumpang Lion Air

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
Loyalitas Penumpang Lion Air	0,962	11	Reliabel

Sumber : Data primer diolah tahun 2026.

Tabel diatas memperlihatkan bahwasannya variabel Loyalitas Penumpang Lion Air memiliki nilai Cronbach's Alpha 0,964 $>$ 0,60, maka bisa dikatakan variabel Loyalitas Pelanggan reliabel.

Tabel 10. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas Penumpang Citilink

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
Loyalitas Penumpang CITILINK	0,973	11	Reliabel

Sumber : Data primer diolah tahun 2026.

Tabel diatas memperlihatkan bahwasannya variabel Loyalitas Penumpang CITILINK mempunyai nilai Cronbach's Alpha 0,973 $>$ 0,60, maka bisa dikatakan variabel Loyalitas Pelanggan reliabel.

Analisis Data Uji T

Tabel 11. Hasil Uji Analisis t-Test

Variabel	Means	Paired Difference Means	Sig. (2-tailed)
Loyalitas Lion Air	36,46	-247	0,61
Loyalitas Citilink	31,40		

Sumber : Data primer diolah tahun 2026.

Merujuk pada table diatas memperlihatkan bahwasannya rata-rata loyalitas penumpang maskapai penerbangan Lion Air sebesar 36,46 lebih besar jika dibandingkan dengan Citilink sebesar 31,40. Nilai probabilitas di peroleh $0,61 > \text{nilai sig. } 0,05$. Oleh karenanya, bisa di simpulkan bahwasannya tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara loyalitas penumpang Lion Air dan Citilink.

Studi ini dimaksudkan guna mengetahui perbandingan loyalitas penumpang antara maskapai Lion Air dan Citilink di Yogyakarta. Penelitian dilaksanakan dengan memakai metode kuantitatif melalui kuesioner yang disebar pada 100 responden yang terdiri dari 50 penumpang Lion Air dan 50 penumpang Citilink. Berdasarkan hasil pengujian validitas mengindikasikan bahwasannya semua item pernyataan pada variabel loyalitas penumpang dinyatakan "valid" sebab nilai $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ sebesar 0,2787. Selain itu, hasil pengujian reliabilitas menunjukkan nilai Cronbach Alpha $> 0,60$ sehingga dinyatakan "reliabel" serta layak dipakai pada studi. Merujuk pada hasil uji Independent Sample t-Test didapat nilai sig. (Sig. 2-tailed) $0,61 > 0,05$. Hal tersebut mengindikasikan bahwasannya tidak ada perbedaan signifikan antara loyalitas penumpang maskapai Lion Air dan Citilink di Yogyakarta. Oleh karenanya, hipotesis yang menyatakan "adanya perbedaan loyalitas penumpang antara kedua maskapai" ditolak. Tidak terdapat perbedaan signifikan mengindikasikan bahwasannya kedua maskapai memiliki tingkat loyalitas penumpang yang relatif sama.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Perbandingan Loyalitas Penumpang Maskapai Lion Air dan Citilink (Studi Kasus di Yogyakarta), dapat disimpulkan bahwa tingkat loyalitas penumpang pada kedua maskapai berada pada kategori yang relatif baik. Hasil analisis menggunakan Independent Sample t-Test mengindikasikan bahwasannya tidak adaperbedaan signifikan antara loyalitas penumpang Maskapai Lion Air dan Citilink. Oleh karenanya, hipotesis yang menyatakan "adanya perbedaan loyalitas penumpang antara kedua maskapai" tidak bisa diterima. Tidak terdapat perbedaan yang signifikan mengindikasikan bahwasannya Lion Air dan Citilink sama-sama mampu mempertahankan loyalitas pelanggan melalui layanan yang diberikan. Penumpang kedua maskapai memiliki kecenderungan yang sama dalam melakukan pembelian ulang, menggunakan kembali layanan penerbangan, serta merekomendasikan maskapai kepada orang lain berdasarkan pengalaman yang mereka peroleh.

Hasil penelitian ini juga mengindikasikan bahwa loyalitas penumpang tidak hanya ditentukan oleh harga tiket, namun juga oleh beragam aspek lain seperti kualitas pelayanan, ketepatan waktu penerbangan, kenyamanan perjalanan, kemudahan pemesanan tiket, serta pengalaman keseluruhan yang dirasakan oleh penumpang. Oleh karena itu, kedua maskapai perlu terus meningkatkan kualitas layanan untuk meningkatkan serta mempertahankan loyalitas pelanggan dalam menghadapi dinamika persaingan industri penerbangan yang semakin ketat serta kompetitif.

Referensi

- Abdurochman, A. F., & Tantra, T. (2023). The Effect of Airlines Service Quality and Brand Image on Customer Loyalty of Low-Cost Carrier Passengers. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(2), 1327–1345.
- Agustini, P. M. (2007). Membangun Loyalitas Pelanggan “Citilink” Garuda: Tinjauan Manajemen Hubungan Pelanggan. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 8(2), 297–312. <https://doi.org/10.29313/mediator.v8i2.1255>
- Devy, Farhanuddin, & Sry. (2020). Perbandingan Kualitas Pelayanan Pembuatan Kartu Tanda Penduduk Elektronik (KTP-EL). *Pemerintahan Integratif*, 8(1), 2.
- DIAN CATUR OKTAVIANI. (2019). Perbandingan Persepsi Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Transportasi Online. Analisis Perbandingan Kualitas Pelayanan, Harga dan Kepuasan Konsumen Pengguna Layanan GO-JEK dan GRAB (Studi Kasus Pada Konsumen Pengguna Layanan GO-JEK dan GRAB di Purwokerto), 11–40.
- Dirgayusa, J., & Putri, E. A. (2016). Evaluasi Kinerja PT Gapura Angkasa Terhadap On Time Performance Maskapai Citilink Bandar Udara Internasional I Gusti Ngurah Rai Bali. *Jurnal Ground Handling*, 3(2), 31–37. <https://jurnal.sttkd.ac.id/index.php/jgh/article/view/165>
- Gunawan, C. B., & Syahputra, S. (2020). Analisis Perbandingan Pengaruh Store Atmosphere terhadap Loyalitas Pelanggan Coffee Shop di Bandung. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 20(1), 51–62. <https://doi.org/10.28932/jmm.v20i1.2935>
- Hidayati, N., Hidayat, M., Ruminda, M., Agusinta, L., & Ricardianto, P. (2022). Loyalitas dan Kepuasan Penumpang pada Mass Rapid Transit. *Jurnal Manajemen Transportasi & Logistik (JMTRANSLOG)*, 8(3), 235. <https://doi.org/10.54324/j.mtl.v8i3.646>
- HS, R., Hilmiati, H., Ilhamuddin, M., & Serip, S. (2023). Analisis Perbandingan Loyalitas Konsumen GoFood dan GrabFood pada Generasi Milenial. *Jurnal Sosial Ekonomi dan Humaniora*, 9(4), 393–399. <https://doi.org/10.29303/jseh.v9i4.444>
- Juwariyah, N., Hasanah, N., & Akriana, F. (2024). Peran Mediasi Kepuasan dalam Meningkatkan Loyalitas Penumpang Kapal. *Solusi*, 22(3), 363–377. <https://doi.org/10.26623/slsi.v22i3.9065>
- Kepuasan, P., & Kualitas, D. A. N. (2026). Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Penumpang Maskapai Lion Air di Bandar Udara Internasional Yogyakarta. 8(1), 262–272.

- Masykur, F. Agustianti, Samsul Arifai, & Nuraeni Gani. (2024). Perbandingan Kepuasan Publik atas Pelayanan Online dan Offline pada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Sulawesi Selatan. *Studi Ekonomi dan Kebijakan Publik*, 2(2), 101–116. <https://doi.org/10.35912/sekp.v2i2.2885>
- Melati, D., Cahyani, F., & Loo, P. (2026). Jurnal Penelitian Nusantara Literature Review: Pengaruh Kualitas Layanan Maskapai dan Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Penumpang di Indonesia. *Jurnal Penelitian Nusantara*, 2, 203–210.
- Ningrum, U. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Maskapai Penerbangan Bertarif Rendah (Lion Air) terhadap Daya Saing Perusahaan. *Flight Attendant Kedirgantaraan: Jurnal Public Relation, Pelayanan, Pariwisata*, 4(1), 139–146. <https://doi.org/10.56521/attendant-dirgantara.v4i1.418>
- No, V., Daulay, R., Hafni, R., Mirsya, S., Nasution, A., Ekonomi, F., Muhammadiyah, U., Utara, S., Kapten, J., Basri, M., & Medan, N. (2022). Antaseden Kepuasan dan Loyalitas Penumpang Maskapai Penerbangan Low Cost Carrier di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 22(3), 177–193.
- Nugraha, R., & Ramadhanti, A. (2021). Examining the Factors Influencing Repurchase Intention in Using Lion Air. *FIRM Journal of Management Studies*, 6(2), 159. <https://doi.org/10.33021/firm.v6i2.1380>
- Nuryana, W. S., & Andariani, S. (2024). Analisis Perbandingan Kualitas Pelayanan antara Marketplace Shopee dan Tokopedia di Kota Sidoarjo. *Journal of Economic, Business and Accounting (COSTING)*, 7(4), 7323–7333. <https://doi.org/10.31539/costing.v7i4.10272>
- Nuzuli, A. K. (2019). Pengaruh Kualitas Maskapai dan Harga Tiket terhadap Loyalitas Pelanggan Maskapai Garuda Indonesia. *Calathu: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(2), 34–39. <https://doi.org/10.37715/calathu.v1i2.1009>
- Octoriviano, F. A., Simarmata, J., Pahala, Y., Setiawan, A., & Saribanon, E. (2022). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Kargo dan Dampaknya atas Loyalitas Pelanggan pada PT Citilink Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis Transportasi dan Logistik*, 8(2), 62–76. <https://doi.org/10.54324/j.mbt.v8i2.1375>
- Poerwanto, E., Dhaka, N. M., & Nurdin, R. (2023). Analisis Perbandingan Kepuasan Penumpang pada Maskapai Penerbangan yang Beroperasi di Bandara So'a. *Vortex*, 4(1), 15. <https://doi.org/10.28989/vortex.v4i1.1422>

- Semiun, O. E. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Angkutan Kota terhadap Kepuasan dan Loyalitas Penumpang di Kota Kupang. *Rekayasa Sipil*, 12(1), 39–49. <https://doi.org/10.21776/ub.rekayasasipil/2018.012.01.6>
- Septama, A., & Darmawan, E. S. (2025). Perbandingan Gaya Kerja, Stres Kerja dan Loyalitas Kerja pada Generasi X, Y dan Z: Studi Kasus di Rumah Sakit Pusat Pertamina. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 5(1), 38–53. <https://doi.org/10.60036/jbm.v5i1.454>
- Silvia, M. (2013). Pengaruh Service Quality terhadap Customer Satisfaction dan Behavioral Intention pada Industri Penerbangan Low Cost Carriers Rute Domestik di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, 3(2), 1–11.
- Sipayung, B. L., & Sirait, T. (2024). Exploration of Customer Experience in Satisfaction and Loyalty Toward Lion Air Flight Services. *Interdisciplinary Journal and Humanity (INJURITY)*, 3(11), 784–790. <https://doi.org/10.58631/injurity.v3i11.1375>
- Subekti, S. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan dan Nilai Pelanggan terhadap Loyalitas Penumpang Garuda Indonesia di Bandar Udara Radin Inten II Lampung. *Warta Penelitian Perhubungan*, 31(2), 93–104. <https://doi.org/10.25104/warlit.v31i2.1271>
- Utama, B. D. (2021). Perkembangan Industri Penerbangan dan Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. *Jurnal Ilmu Pemerintahan Suara Khatulistiwa*, 6(2), 213–223. <https://doi.org/10.33701/jipsk.v6i2.1901>
- Utami, P. R. (2020). Analisis Perbandingan Quality of Service Jaringan Internet Berbasis Wireless pada Layanan Internet Service Provider (ISP) IndiHome dan First Media. *Jurnal Ilmiah Teknologi dan Rekayasa*, 25(2), 125–137. <https://doi.org/10.35760/tr.2020.v25i2.2723>
- Wahyu Darmawan, K., Benediktus, L., Antonio Sinaga, M., & Sahara, S. (2023). Analisis Kualitas Layanan Maskapai Penerbangan Lion Air. *Bisnis, Manajemen dan Akuntansi*, 1(4), 254–263.
- Zenidah, D. (2022). Aviation Marketing Strategy: The Concept of Low Cost Carrier (LCC) and Company Competitiveness at PT. Lion Air Banjarmasin Branch. *Jurnal Multidisiplin Madani*, 2(4), 1587–1596. <https://journal.ypp3a.org/index.php/mudima/index>