

**PENGARUH PENGALAMAN KONSUMEN, KEPERCAYAAN  
KONSUMEN, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
KEPUTUSAN KONSUMEN MENGGUNAKAN BATIK  
AIR (STUDI KASUS PADA MASYARAKAT  
KOTA MEDAN)**

**Nova Girly Br Ginting Jawak<sup>1</sup> Vinka Natalova Nauli Silalahi<sup>2</sup>  
Program Studi Management  
Faculty of Economy, Universitas Prima Indonesia**

**Abstrak**

Batik Air Indonesia merupakan salah satu maskapai penerbangan yang beroperasi di Indonesia dan berada di bawah manajemen Lion Air Group. Didirikan pada tahun 2013, Batik Air hadir sebagai alternatif layanan penerbangan full-service yang lebih premium dibandingkan Lion Air yang berkonsep low-cost carrier. Meski demikian, dalam beberapa tahun terakhir, Batik Air menghadapi berbagai tantangan, salah satunya adalah penurunan minat konsumen dalam memilih maskapai ini. Hal ini terlihat dari penurunan jumlah penumpang dan meningkatnya kecenderungan konsumen untuk beralih ke maskapai pesaing. Faktor-faktor utama yang menyebabkan kondisi ini mencakup buruknya pengalaman pelanggan, menurunnya tingkat kepercayaan terhadap pelayanan Batik Air, serta penurunan kualitas layanan yang diberikan. Penelitian ini mengambil populasi dari masyarakat di Kota Medan yang telah menggunakan jasa Batik Air setidaknya dua kali, meskipun jumlah pastinya tidak diketahui atau cenderung bias. Untuk menentukan jumlah sampel dalam kondisi tersebut, digunakan rumus Lemeshow, yang cocok diterapkan saat ukuran populasi tidak pasti, sehingga diperoleh 96 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah accidental sampling, di mana responden dipilih secara acak berdasarkan siapa saja yang tersedia dan bersedia mengisi kuesioner pada saat penelitian dilakukan. Hasil analisis menunjukkan bahwa Pengalaman Konsumen memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap Keputusan Konsumen dalam menggunakan layanan Batik Air. Selain itu, Kepercayaan Konsumen juga berkontribusi secara positif dan signifikan terhadap keputusan tersebut. Hal serupa berlaku pada Kualitas Pelayanan, yang turut memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen. Secara simultan, ketiga variabel tersebut—pengalaman, kepercayaan, dan kualitas layanan—memiliki dampak yang signifikan dalam mendorong konsumen untuk memilih Batik Air sebagai moda transportasi udara mereka.

*Kata Kunci:* Pengalaman Konsumen, Kepercayaan Konsumen, Kualitas Pelayanan, Keputusan Konsumen