

## **SKRIPSI**

# **PERSEPSI PENUMPANG TERHADAP ADDED VALUE DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS PENUMPANG MASKAPAI GARUDA INDONESIA**



Untuk memenuhi salah satu persyaratan kelulusan Program Studi D-IV  
Usaha Perjalanan Wisata Politeknik Negeri Sriwijaya

**Disusun Oleh:**

**Zulfani**  
**NIM 062240612801**

**Dosen Pembimbing:**

**Dra. Risnawati, M.Pd.**  
**NIP 196804011994032001**

**Alditia Detmuliati, S.ST., M.M.Par.**  
**NIP 199206082019032025**

**D-IV USAHA PERJALANAN WISATA  
POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA  
2026**

## HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi:

**PERSEPSI PENUMPANG TERHADAP ADDED VALUE DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS PENUMPANG MASKAPAI GARUDA INDONESIA** disusun oleh Zulfani (NIM 062240612801) telah disetujui oleh pembimbing untuk dipertanggungjawabkan dalam Seminar Skripsi.

Pembimbing 1



Dra. Risnawati, M.Pd.  
NIP 196804011994032001

Pembimbing 2

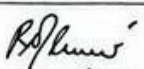
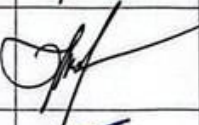


Alditia Detmuliati, S.ST., M.M.Par.  
NIP 199206082019032025

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi:

**PERSEPSI PENUMPANG TERHADAP ADDED VALUE DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS PENUMPANG MASKAPAI GARUDA INDONESIA** disusun oleh **Zulfani (NIM 062240612801)** telah dipertanggungjawabkan dalam Seminar Skripsi di hadapan dosen penguji pada Kamis, 25 Juni 2026

|                   | Dosen Penguji                                                                   | Tanda Tangan                                                                          |
|-------------------|---------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| Ketua Penguji     | Dra. Risnawati, M.Pd.<br>NIP 196804011994032001                                 |    |
| Anggota Penguji 1 | Achmad Leofaragusta KK, SE., M.MPar.,<br>CSES., CHCS.<br>NIP 197208102006041002 |   |
| Anggota Penguji 2 | Sri Gustiani, S. Pd., M.TESOL., Ed.D.<br>NIP 197108252005012001                 |  |
| Anggota Penguji 3 | Yulia Pebrianti, S.E.I., M.Si.<br>NIP 198602262015042003                        |  |

Disetujui oleh:  
Ketua Jurusan Bahasa dan Pariwisata  
Politeknik Negeri Sriwijaya

  
Dr. Welly Ardiansyah, S.S., M.Pd.  
NIP 197408172006041001

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Zulfani

NIM : 062240612801

Tahun Masuk : 2022

Program Studi : D-IV Usaha Perjalanan Wisata

Menyatakan bahwa dokumen Skripsi ini tidak mengandung bagian apa pun dari karya ilmiah lain yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di Perguruan Tinggi mana pun. Selain itu, tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau dipublikasikan oleh pihak lain/instansi, kecuali yang telah dikutip secara benar dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Saya dengan ini menyatakan bahwa dokumen Skripsi ini bebas dari segala unsur plagiarisme. Apabila di kemudian hari Skripsi ini terbukti merupakan hasil plagiarisme dari karya orang lain dan/atau dengan sengaja mengajukan karya atau pendapat pihak lain sebagai milik saya, maka saya bersedia menerima sanksi akademik dan/atau sanksi hukum sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Palembang, 18 Juni 2026



Zulfani

NIM 062240612801

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

**"Build something today that will matter tomorrow."**

Saya Persembahkan Kepada:

- ✓ Allah SWT yang telah memberikan kelancaran dalam pembuatan laporan kerja praktik ini
- ✓ Kedua orang tua tercinta
- ✓ Para dosen yang saya hormati
- ✓ Teman seperjuangan UPW Angkatan 2022
- ✓ Almamater Politeknik Negeri Sriwijaya

## UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis memperoleh banyak bantuan, bimbingan, dukungan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Ir. H. Irawan Rusnadi, M.T., Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya.
2. Bapak Dr. Yusri, S.Pd., M.Pd., Wakil Direktur I Bidang Akademik beserta jajarannya.
3. Bapak Dr. Welly Ardiansyah, S.S., M.Pd., Ketua Jurusan Bahasa dan Pariwisata Politeknik Negeri Sriwijaya.
4. Ibu Yona W. Kemala dan seluruh pihak PT Garuda Indonesia Branch Office Palembang yang telah memberikan izin, informasi, serta bantuan kepada penulis selama pelaksanaan penelitian sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
5. Ibu Alditia Detmuliati, S.ST., M.Par., Koordinator Program Studi Usaha Perjalanan Wisata Politeknik Negeri Sriwijaya.
6. Ibu Dra. Risnawati, M.Pd. dan Ibu Alditia Detmuliati, S.ST., M.M.Par. yang telah memberikan bimbingan, arahan, dukungan, serta ilmu yang sangat berharga selama proses penyusunan skripsi ini. Tanpa bimbingan dan ilmu yang telah diberikan, penulis tidak akan mampu menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak Achmad Leofaragusta KK, S.E., M.M.Par., CSES., CHCS. dan Ibu Yulia Pebrianti, S.E.I., M.Si. Dosen penguji yang telah memberikan masukan, saran, kritik, dan arahan yang membangun sehingga penulis dapat menyempurnakan skripsi ini.
8. Segenap Dosen dan Staff Jurusan Bahasa dan Pariwisata Program Studi Usaha Perjalanan Wisata Politeknik Negeri Sriwijaya yang telah memberikan ilmu pengetahuan, pengalaman, serta bimbingan kepada penulis selama menempuh pendidikan.

9. Kedua orang tua penulis tercinta, Ayahanda Alamsyah dan Ibunda Baria Ulfa, serta saudara-saudara penulis, Zulkarnain dan Dylan. Terima kasih atas segala doa, kasih sayang, dukungan, perhatian, dan pengorbanan yang telah diberikan kepada penulis. Kehadiran dan dukungan kalian menjadi sumber kekuatan terbesar bagi penulis dalam menyelesaikan pendidikan ini. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan kesehatan, kebahagiaan, dan keberkahan kepada keluarga tercinta.
10. Teman-teman seperjuangan kelas BPB Angkatan 2022 yang telah menjadi bagian dari perjalanan akademik penulis. Terima kasih atas kebersamaan, dukungan, serta berbagai pengalaman dan kenangan berharga yang telah dilalui bersama selama masa perkuliahan. Semoga silaturahmi yang telah terjalin dapat terus terjaga dan mengantarkan kita menuju kesuksesan masing-masing
11. Ardhana, yang telah penulis bangun dan kembangkan sebagai wadah untuk belajar, berkarya, dan bertumbuh. Terima kasih atas setiap proses, tantangan, pengalaman, serta pelajaran berharga yang telah memberikan banyak makna dalam perjalanan penulis. Semoga Ardhana terus berkembang, memberikan manfaat yang lebih luas, dan menjadi langkah awal menuju berbagai pencapaian yang lebih besar di masa mendatang.

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah memberikan bantuan, dukungan, doa, dan kontribusi dalam penyusunan skripsi ini. Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan yang telah diberikan dengan pahala, keberkahan, dan kemudahan dalam setiap urusan. Aamiin Ya Rabbal 'Alamin.

Palembang, Juni 2026

Penulis

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, karunia, dan hidayah-Nya sehingga skripsi yang berjudul **"Persepsi Penumpang Terhadap Added Value Dalam Membangun Brand Awareness Penumpang Maskapai Garuda Indonesia"** dapat diselesaikan dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Diploma IV pada Program Studi Usaha Perjalanan Wisata, Jurusan Bahasa dan Pariwisata, Politeknik Negeri Sriwijaya.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa banyak pihak yang telah memberikan dukungan, bimbingan, bantuan, serta motivasi. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada dosen pembimbing atas arahan dan bimbingan yang diberikan selama proses penyusunan skripsi. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada orang tua dan keluarga tercinta atas doa, kasih sayang, serta dukungan yang tiada henti. Selain itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak PT Garuda Indonesia yang telah memberikan izin, kesempatan, dan informasi selama penelitian berlangsung, kepada seluruh informan yang telah bersedia memberikan data yang dibutuhkan, serta kepada teman-teman yang senantiasa memberikan semangat selama proses perkuliahan hingga penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan dan jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan sebagai bahan perbaikan dan penyempurnaan di masa mendatang.

Palembang, Juni 2026

Penulis

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bentuk nilai tambah (*added value*) yang diberikan PT Garuda Indonesia kepada penumpang, mengetahui persepsi penumpang terhadap nilai tambah yang diberikan, serta menganalisis peran nilai tambah dalam membangun *brand awareness* penumpang PT Garuda Indonesia. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner terbuka, dokumentasi, dan studi pustaka. Informan penelitian merupakan penumpang Garuda Indonesia yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Analisis data menggunakan model Miles, Huberman, dan Saldaña (2019) yang meliputi pengumpulan data, kondensasi data, penyajian data, serta penarikan dan verifikasi kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai tambah yang diberikan PT Garuda Indonesia kepada penumpang diwujudkan melalui pelayanan yang ramah dan profesional, kenyamanan selama penerbangan, fasilitas tambahan yang mendukung perjalanan, serta berbagai program tambahan yang memberikan manfaat bagi pelanggan. Nilai tambah tersebut membentuk persepsi positif penumpang, terutama dalam aspek kenyamanan, keamanan, dan kepuasan selama menggunakan layanan Garuda Indonesia. Selain itu, pengalaman positif yang diperoleh penumpang dari berbagai bentuk nilai tambah tersebut berperan dalam membangun *brand awareness*, yang ditunjukkan melalui kemampuan penumpang mengenali, mengingat, serta menjadikan Garuda Indonesia sebagai salah satu pilihan utama dalam menggunakan jasa transportasi udara. Dengan demikian, *added value* yang diberikan Garuda Indonesia tidak hanya meningkatkan pengalaman pelanggan, tetapi juga memperkuat *brand awareness* di benak penumpang.

**Kata Kunci :** *Added Value, Brand Awareness, Perceived Value, Garuda Indonesia*

## **ABSTRACT**

*This study aims to analyze the forms of added value provided by PT Garuda Indonesia to its passengers, examine passengers' perceptions (perceived value) of the added value offered, and analyze the role of added value in building passenger brand awareness toward PT Garuda Indonesia. This research employed a descriptive qualitative approach. Data were collected through open-ended questionnaires, documentation, and literature studies. The informants consisted of Garuda Indonesia passengers selected using a purposive sampling technique. Data were analyzed using the interactive model of Miles, Huberman, and Saldaña (2019), which includes data collection, data condensation, data display, and conclusion drawing and verification. The results indicate that the added value provided by PT Garuda Indonesia is reflected in excellent service, passenger comfort, additional facilities, and supplementary programs that enhance the travel experience. These forms of added value create positive perceptions among passengers, particularly in terms of comfort, safety, satisfaction, and the overall travel experience. Furthermore, the added value provided by Garuda Indonesia plays an important role in building passenger brand awareness, as evidenced by passengers' ability to recognize, recall, and choose Garuda Indonesia as one of their preferred airlines. Therefore, the added value offered by Garuda Indonesia not only enhances the passenger experience but also contributes to strengthening brand awareness among its customers.*

**Keywords:** *Added Value, Perceived Value, Brand Awareness, Garuda Indonesia, Passenger Experience.*

## DAFTAR ISI

|                                                |             |
|------------------------------------------------|-------------|
| <b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>               | <b>ii</b>   |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>                 | <b>iii</b>  |
| <b>PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT .....</b>          | <b>iv</b>   |
| <b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>             | <b>v</b>    |
| <b>UCAPAN TERIMA KASIH .....</b>               | <b>vi</b>   |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                     | <b>viii</b> |
| <b>ABSTRAK.....</b>                            | <b>ix</b>   |
| <b><i>ABSTRACT</i>.....</b>                    | <b>x</b>    |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                         | <b>xi</b>   |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                      | <b>xiii</b> |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                      | <b>xiv</b>  |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>                    | <b>xv</b>   |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>                  | <b>1</b>    |
| 1.1 Latar Belakang.....                        | 1           |
| 1.2 Rumusan Masalah.....                       | 4           |
| 1.3 Batasan Masalah .....                      | 4           |
| 1.4 Tujuan Penelitian .....                    | 5           |
| 1.5 Manfaat Penelitian .....                   | 5           |
| <b>BAB II KAJIAN PUSTAKA.....</b>              | <b>7</b>    |
| 2.1 Penelitian Terdahulu .....                 | 7           |
| 2.2 Kajian Teori .....                         | 10          |
| 2.2.1 Pemasaran.....                           | 10          |
| 2.2.2 <i>Added Value</i> .....                 | 11          |
| 2.2.3 <i>Perceived Value</i> .....             | 13          |
| 2.2.4 <i>Brand Awareness</i> .....             | 15          |
| 2.2.4.1 <i>Tingkatan Brand Awareness</i> ..... | 16          |
| 2.2.4.2 <i>Indikator Brand Awareness</i> ..... | 17          |
| 2.3 Kerangka Berpikir.....                     | 18          |

|                                                                                   |           |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>BAB III METODELOGI PENELITIAN.....</b>                                         | <b>20</b> |
| 3.1 Objek, Lokasi, dan Periode Penelitian .....                                   | 20        |
| 3.1.2 Lokasi.....                                                                 | 20        |
| 3.1.3 Periode Penelitian .....                                                    | 20        |
| 3.2 Jenis dan Sumber Data .....                                                   | 21        |
| 3.2.1 Data Primer .....                                                           | 21        |
| 3.2.2 Data Sekunder.....                                                          | 21        |
| 3.3 Teknik Pengumpulan Data.....                                                  | 22        |
| 3.4.1 Wawancara .....                                                             | 22        |
| 3.4.2 Pertanyaan Terbuka .....                                                    | 26        |
| 3.4.3 Observasi .....                                                             | 26        |
| 3.4.4 Dokumentasi .....                                                           | 28        |
| 3.4.5 Studi Pustaka .....                                                         | 29        |
| 3.4 Teknik Analisa Data.....                                                      | 30        |
| <b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>                                          | <b>38</b> |
| 4.1 Deskripsi Umum Penelitian .....                                               | 38        |
| 4.1.1 Deskripsi Lokasi Penelitian .....                                           | 38        |
| 4.1.2 Karakteristik Informan.....                                                 | 39        |
| 4.2 Hasil Penelitian .....                                                        | 41        |
| 4.2.1 Nilai Tambah yang Diberikan Garuda Indonesia.....                           | 41        |
| 4.2.2 Persepsi Penumpang terhadap Nilai Tambah ( <i>Added Value</i> ) .....       | 47        |
| 4.2.3 Nilai Tambah dalam Membangun <i>Brand Awareness</i> Penumpang .....         | 51        |
| 4.3 Pembahasan .....                                                              | 55        |
| 4.3.1 Analisis Bentuk <i>Added Value</i> .....                                    | 55        |
| 4.3.2 Analisis <i>Perceived Value</i> Penumpang terhadap <i>Added Value</i> ..... | 56        |
| 4.3.3 Peran <i>Added Value</i> dalam Membangun <i>Brand Awareness</i> .....       | 57        |
| <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>                                           | <b>59</b> |
| 5.1 Kesimpulan .....                                                              | 59        |
| 5.2 Saran .....                                                                   | 60        |
| 5.2.1 Bagi PT Garuda Indonesia .....                                              | 60        |
| 5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya .....                                             | 60        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>                                                        | <b>61</b> |

## DAFTAR TABEL

|                                                                             |    |
|-----------------------------------------------------------------------------|----|
| 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu .....                                        | 7  |
| 3.1 Kisi-Kisi Instrumen Wawancara .....                                     | 25 |
| 3.2 Kisi-Kisi Instrumen <i>brand awareness</i> .....                        | 26 |
| 3.3 Kisi-Kisi Instrumen <i>perceived value</i> .....                        | 25 |
| 3.4 Kisi-Kisi Instrumen <i>added value</i> .....                            | 26 |
| 3.5 Pedoman Observasi Penelitian.....                                       | 27 |
| 3.6 Contoh Tema Data Hasil Kusioner .....                                   | 32 |
| 4.1 Profil Informan Penelitian.....                                         | 39 |
| 4.2 Fasilitas tambahan Garuda Indonesia Berdasarkan Durasi Penerbangan..... | 45 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                            |    |
|------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....                          | 19 |
| Gambar 3.1 Model Analisis Interaktif Miles & Huberman..... | 30 |
| Gambar 3.2 <i>Word Frequency Query</i> .....               | 33 |
| Gambar 3.3 Jumlah Refrensi/Tema.....                       | 34 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|             |                                                    |
|-------------|----------------------------------------------------|
| Lampiran 1  | Surat Permohonan Pengantar Pengambilan Data        |
| Lampiran 2  | Surat Izin Pengambilan Data                        |
| Lampiran 3  | Surat Balasan Izin Pengambilan Data                |
| Lampiran 4  | Lembar Kesepakatan Bimbingan Skripsi Pembimbing I  |
| Lampiran 5  | Lembar Kesepakatan Bimbingan Skripsi Pembimbing II |
| Lampiran 6  | Lembar Bimbingan Skripsi                           |
| Lampiran 7  | Lembar Bimbingan Skripsi Pembimbing I              |
| Lampiran 8  | Lembar Bimbingan Skripsi Pembimbing II             |
| Lampiran 9  | Lembar Rekomendasi Seminar                         |
| Lampiran 10 | Lembar Pelaksanaan Revisi Skripsi                  |
| Lampiran 11 | Lembar Revisi Ujian Skripsi                        |
| Lampiran 12 | Daftar Pertanyaan Terbuka                          |
| Lampiran 13 | <i>Hierarchy Chart</i> Nvivo 12                    |
| Lampiran 14 | Dokumentasi Wawancara                              |
| Lampiran 15 | Dokumentasi Observasi                              |
| Lampiran 16 | Dokumentasi <i>Added Value</i> Garuda Indonesia    |