**KELOMPOK 12**

Nuansa

Pada presentasi yang anda paparkan pada jargon lion air yaitu we make people fly. Kan menawarkan berbagai kalangan biasa menikmati transportasi udara. Apakah peminat lion air masih banyak. Sementara ada penerbangan lain yang lebih murah seperti city link?

Jawaban:

Saya rasa peminat PT. Lion Air masih banyak. Meskipun banyak pesaing. Namun PT. Lion Air punya keunggulan disbanding pesaing- pesaingnya. Diantaranya keunggulan PT.Lion Air yang tidak dimiliki oleh pesaingnya yaitu PT.Lion Air punya batik air. Dimana batik air memiliki fasilitas yang sama seperti garuda. Dan bisa didapatkan dengan harga terjangkau.

Naili

Akhir-akhir ini maskapai penerbangan lion air mengalami kecelakaan pada saat penerbangan seperti yang telah diberitakan pada media massa. Pertanyaannya dari kejadian tersebut siapa yang disalahkan, apakah kesalahan pada pilotnya (human eror)?Ataukah pesawat yang sudah tidak layak pakai? Dan jika memeng pilot yang salah sampai saat ini sanksi apa yang sudah diberikan kepada pilot tersebut sehingga tidak teledor lagi dalam mengoperasikan pesawat agar tidak ada korban selanjutnya.

Jawaban:

Terjadinya sebuah kecelekaan adalah karena system menejemennya dari perusahaan yang kurang maksimal dalam menetapkan manajemen, sepertihalnya keterlambatan waktu keberangkatan (delay)

Riza

Keunggulan kompetitif apa dengan strategi yang ditawarkan oleh PT. Lion Air?

Jawaban:

Lion Air dalam mengembangkan merk sampai kini masih dapat menjadi market leader dalam criteria penerbangan domistik. Brand equity dari Lion Air telah terbentuk melalui proses yang panjang. Mulai dari pesawat jenis DAS X-Q 300,Wings Air sebagai feeder sampai pada merk Lion Air dengan motto low cost carrie rmaka merk Lion Air menjadi merk dengan brand equity yang kuat. Beberapa hal yang dapat dicermati dalam pembentukan equity ini adalah :

Brand awareness yang dimiliki Lion Air dapat dikatakan telah memasuki tingkatan top of mind. Hal ini dapat dilihat dari Lion Air dapat menjadi pemimpin pasar(market leader) dalam kategori penerbangan domistik.

Perceived quality dari Lion Air telah terbukti selama ini Hanya dalam tempo enam tahun maskapai penerbangan ini melesat gagah di udara dan sangat diperhitungkan oleh penerbangan lain Lion Air juga telah berhasil menjaga kualitas produk ini sehingga mendapat anggapan baik dari konsumen.

Brand association dari Lion Air sangat kuat, dapat dilihat bahwa ketika orang menyebut tiket pesawat murah ( untuk penerbangan domistik ) maka yang dimaksud tidak lain adalah Lion Air

Brand loyalty dari Lion Air juga kuat. Ini merupakan hasil dari pengembangan fron office ( tempat layanan )lebih banyak dan lebih mudah untuk mendapatkannya selain itu strategi promosi yang dilakukan dengan slogan “low cost carrier (LCC)”.

Aang

Tadi dijelaskan strategi Lion Air yaitu low cost. Kenapa memilih itu dan apa alasanya?

Jawaban:

Karena sikap konsumen yang komsumtif, sehingga lion air memilih strategi low cost. Untuk menguasai pasar.

Ilham

Bagaimana cara PT. Lion Air menyakinkan para konsumen bahwa pesawat Lion Air ini aman untuk dijadikan alat trasportasi udara. Sedangkan akhir- akhir ini pada bidang trasportasi udara banyak yang menalami kecelakaan

Jawaban:

Untuk menyakinkan konsumen PT. Lion Air melakukan inovasi – inovasi baru serta memperbaiki manajemen perusahaan.