

## ABSTRAK

Feren Kuswandi / 21160205 / 2019 / Pengaruh Citra Merek, Kualitas Layanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Maskapai Lion Air Dan Sriwijaya Air Di Wilayah Jakarta Utara / Prof. Dr. Husein Umar, SE., MBA., MM.

Industri penerbangan di Indonesia cukup berkembang pesat saat ini. Hal ini dapat dilihat dari meningkatnya jumlah perusahaan maskapai penerbangan yang beroperasi di Indonesia. Banyak hal yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh permasalahan yang dihadapi Lion Air dan Sriwijaya Air dalam segi citra merek, kualitas layanan dan harga. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul Pengaruh Citra Merek, Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Maskapai Penerbangan Lion Air dan Sriwijaya Air di Wilayah Jakarta Utara.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Citra Merek, Kualitas Layanan, Harga dan Kepuasan Pelanggan. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari dua jenis, yaitu Variabel Independen dan Variabel Dependen. Variabel Independen dalam penelitian ini adalah Citra Merek, Kualitas Layanan dan Harga, sedangkan Variabel Dependen dalam penelitian ini adalah Kepuasan Pelanggan.

Dalam penelitian ini terdapat dua objek penelitian yaitu Maskapai Penerbangan Lion Air dan Sriwijaya Air di Wilayah Jakarta Utara. Sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner kepada pelanggan yang pernah menggunakan Maskapai Penerbangan Lion Air dan Sriwijaya Air selama enam bulan terakhir. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan teknik *judgement sampling*. Data penelitian ini diolah menggunakan SPSS 20.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai sig sebesar 0,118, kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai sig sebesar 0,000, dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai sebesar 0,000.

Kesimpulan dari hasil analisis dalam penelitian ini adalah tidak terbukti bahwa citra merek berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, terbukti bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan terbukti bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : Citra Merek, Kualitas Layanan, Harga, Kepuasan Pelanggan