



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
BIDANG STUDI PUBLIC RELATIONS

Nama : Randy Vanessa Imanuela Siswadi
NIM : 44208120037
Judul : Pengaruh Kualitas Customer Relations (Pelayanan *Flight Attendant*) Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Selama Melakukan Penerbangan Bersama Garuda Indonesia Rute Jakarta-Denpasar-Jakarta Periode September-Oktober 2013
Halaman : i s/d iv dan 1 s/d 147
Bibliografi : 25 buku (1989 – 2009) + 1 situs website

ABSTRAK

Persaingan ketat perusahaan maskapai penerbangan di tanah air membuat PT. Garuda Indonesia, Tbk merasa sangat perlu untuk mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanannya dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan para pengguna jasanya agar tetap memilih perusahaan tersebut sebagai pilihannya melalui pengalaman yang dirasakan.

Public Relations berperan sangat penting dalam menciptakan citra positif serta dalam mengembangkan perusahaan menjadi semakin baik. Oleh karena itu, perusahaan sangat perlu membangun kualitas *Customer Relations* untuk mendapatkan kepuasan bagi pengguna jasanya.

Tujuan penelitian ini untuk menjelaskan pengaruh kualitas *Customer Relations* (pelayanan *Flight Attendant*) terhadap kepuasan pengguna jasa selama melakukan penerbangan bersama Garuda Indonesia rute Jakarta-Denpasar-Jakarta periode September-Oktober 2013. Konsep-konsep yang peneliti pakai dalam penelitian ini adalah konsep kualitas pelayanan, *Customer Relations* dan fungsi *Public Relations* sehingga tercapainya kepuasan pengguna jasa.

Tipe penelitian ini adalah kausal menggunakan metode survei dengan menyebarkan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Berdasarkan tehnik pengambilan *non propability sampling* secara *accidental random sampling* dengan penggunaan rumus Yamane dengan besarnya jumlah sampel sebanyak 100 orang.

Hasil uji statistik variabel kualitas *Customer Relations* dan kepuasan pengguna jasa dengan skala Likert sebagian besar memiliki persepsi baik, hasil uji reliabilitas masing-masing variabel dapat dinyatakan reliabel (dapat diandalkan) karena nilai *Cronbach alpha* lebih besar daripada 0,60, serta hasil uji hipotesis kualitas *Customer Relations* memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan pengguna jasa sebesar 35,2% yaitu terdapat hubungan positif antara variabel kualitas *Customer Relations* dengan kepuasan pengguna jasa di tingkat hubungan yang cukup kuat.