

ABSTRAKSI

Mengingat tidak kurang dari 2 tahun yakni pada tahun 2015, Negara-Negara ASEAN akan memberlakukan ASEAN OPEN SKY POLICY 2015, dimana kebijakan ini merupakan kebijakan untuk membuka wilayah antar sesama Negara ASEAN. Dengan kata lain, ini merupakan bentuk liberalisasi angkutan udara yang telah menjadi komitmen dari Kepala Negara dari masing-masing Negara anggota dalam Bali Concord II yang diselenggarakan pada KTT ASEAN pada Tahun 2003. Agar tidak menjadi penonton di Negeri sendiri Garuda Indonesia harus menyusun strategi jitu agar mampu bersaing dalam persaingan tersebut dan memenangkan persaingannya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan (ServQual) staff ticketing di kantor penjualan Senayan City PT. Garuda Indonesia Tbk.. Adapun cara mengukur tingkat kepuasan pelanggan adalah dengan membandingkan apakah kualitas layanan yang diwakili oleh 5 dimensi penentu yaitu *Reability, Assurance, Tangible, Empathy, Responsiveness* yang biasa disingkat dengan RATER sudah sesuai dengan harapan pelanggan Garuda Indonesia

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pelanggan Garuda Indonesia sudah merasa cukup puas terhadap layanan Service Quality yang diberikan dengan tingkat kesesuaian sebesar 90%. Dimensi kualitas layanan yang memiliki tingkat kepuasan tertinggi perlu dipertahankan dan ditingkat, sedangkan dimensi kualitas layanan yang lebih rendah harus dievaluasi dan diperbaiki untuk memastikan agar kepuasan pelanggan berada pada level tertinggi sehingga perusahaan dapat bersaing dan memenangkan persaingan pada ASEAN OPEN SKY POLICY 2015.