

ABSTRACT

The aim of this research is to analyze how the service quality and price can affect passenger's satisfaction and its impact on passenger's loyalty of the airline Lion Air in Jakarta. This research uses a quantitative approach. The population in this research is passenger who has traveled with the Lion Air at least twice on the last three months. Sample size determination using the formula Hair amounting to 160 passenger taken as respondents. The sampling technique used purposive sampling. The instrument of these research use questionnaire which were analyzed with Structural Equation Modeling. The results show that service quality is significant and positive effect toward passenger's satisfaction and passenger's loyalty. While prices are not significant effect on passengers satisfaction but a significant and negative impact on passenger's loyalty. Other results show that passengers are satisfaction significant and positive impact toward passenger's loyalty. Indirect influences service quality for passenger's loyalty greater than the direct effect in this research.

Keywords: service quality, price, satisfaction, loyalty



ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana kualitas pelayanan dan harga dapat mempengaruhi kepuasan penumpang serta dampaknya pada loyalitas penumpang maskapai penerbangan Lion Air di Jakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah penumpang yang telah bepergian dengan pesawat Lion Air minimal dua kali dalam tiga bulan terakhir. Penentuan ukuran sampel menggunakan rumus Hair dengan berjumlah 160 penumpang yang diambil sebagai responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Instrumen penelitian menggunakan kuesioner yang dianalisis dengan *Structural Equation Modeling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan dan loyalitas. Sedangkan harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan akan tetapi berpengaruh signifikan dan negatif terhadap loyalitas penumpang. Hasil lain menunjukkan bahwa kepuasan penumpang berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas penumpang. Pengaruh tidak langsung kualitas layanan terhadap loyalitas penumpang lebih besar dibandingkan efek langsung dalam penelitian ini.

Kata kunci: kualitas layanan, harga, kepuasan, loyalitas

