

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kepuasan pelanggan PT. Lion Mentari Airlines yang belum optimal hal ini dibuktikan oleh rendahnya kualitas pelayan dalam bekerja sehingga belum menghasilkan produktivitas yang kurang optimal, harga yang ditawarkan belum bisa bersaing, dan lemahnya citra merek dipandangan konsumen. Tujuan pada penelitian ini antara lain (1) Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan (2) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan (3) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh citra merek terhadap kepuasan pelanggan. Desain penelitian ini menggunakan hubungan kausal dengan pendekatan kuantitatif. Metode pengumpulan data pada penelitian ini yaitu dengan penyebaran kuesioner secara online melalui Google Form. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa dari berbagai jurusan di Universitas Mercubuana Jakarta. Dalam penelitian ini terdapat 47 indikator, maka ukuran sampel yang dibutuhkan sejumlah 100 sampel. Metode analisis data yang digunakan yaitu *Partial Least Square*. Penelitian ini membuktikan bahwa 1) Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, 2) Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, 3) Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dan juga maskapai Lion Air dalam memenuhi kebutuhan, keinginan, atau potensi tertentu dari target konsumen dapat meningkatkan kepuasan pelanggann.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Harga, Citra Merek, dan Kepuasan Pelanggan



ABSTRACT

This research is motivated by the customer satisfaction of PT. Lion Mentari Airlines which has not been optimal, this is evidenced by the low quality of the waiters at work so that they have not produced less than optimal productivity, the prices offered are not competitive, and the weak brand image in the eyes of consumers. The objectives of this study include (1) To test out and analyze the effect of *service* quality on customer satisfaction (2) To know and analyze the effect of price on customer satisfaction (3) To know and analyze the effect of brand image on customer satisfaction. This research design uses a causal relationship with a quantitative approach. The method of collecting data in this study is by distributing questionnaires online through the Google Form. The population in this study were students from various departments at Mercubuana University, Jakarta. In this study there were 47 indicators, so the required sample size was 100 samples. The data analysis method used is Partial Least Square. This study proves that 1) *Service* quality has a positive and significant effect on customer satisfaction. 2) Price has no significant effect on customer satisfaction. This proves that even though Lion Air provides longer pricing, 3) Brand image has a positive and significant effect on customer satisfaction. Lion Air was still trusted to be able to provide satisfaction to customers. And also Lion Air airlines in meeting certain needs, desires, or potential of target consumers can increase customer satisfaction

Keywords: Quality of *service*, Price, Brand image, and Customer Satisfaction

UNIVERSITAS
MERCUBUANA