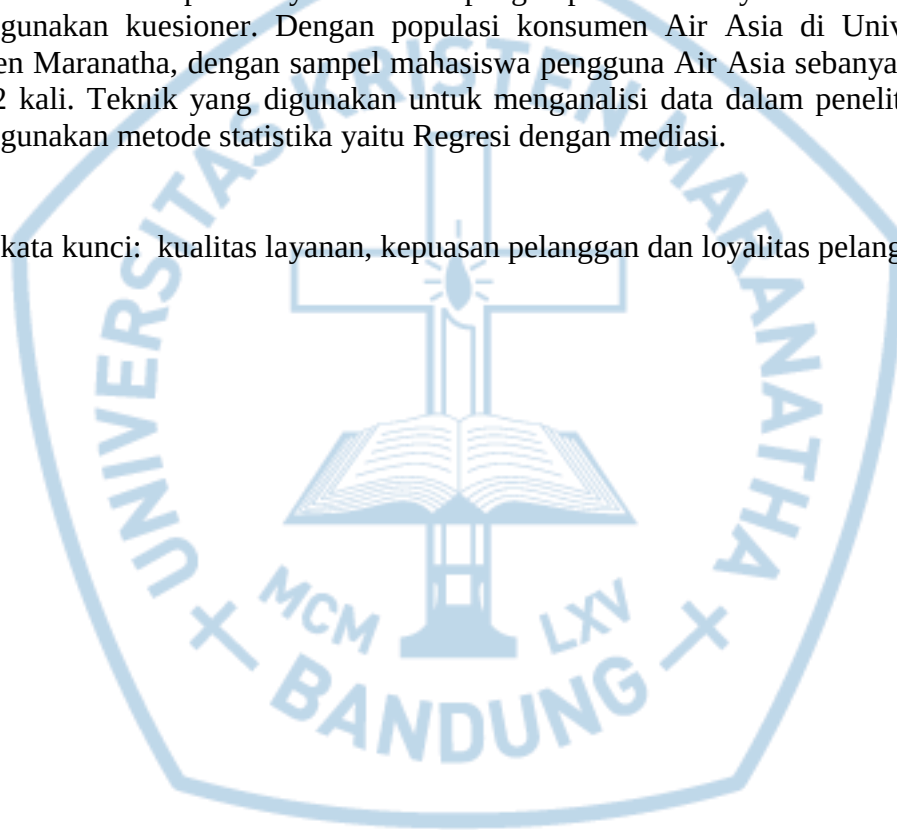


ABSTRAK

Persaingan bisnis terus meningkat setiap tahunnya. Industri penerbangan di Indonesia juga mengalami persaingan yang sangat ketat, banyaknya maskapai penerbangan baik milik pemerintah ataupun swasta tidak menutup persaingan di dalamnya. Demi mempertahankannya industri penerbangan tidak hanya dituntut memenuhi permintaan konsumen tapi juga memberikan kualitas layanan yang baik, agar konsumen merasa puas dan akan loyal pada maskapai tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada Maskapai Air Asia, mengetahui pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen pada Maskapai Air Asia, dan mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen pada maskapai Air Asia dimediasi oleh kepuasan konsumen. Jenis penelitian ini adalah causal explanatory. Teknik pengumpulan datanya teknik survei menggunakan kuesioner. Dengan populasi konsumen Air Asia di Universitas Kristen Maranatha, dengan sampel mahasiswa pengguna Air Asia sebanyak lebih dari 2 kali. Teknik yang digunakan untuk menganalisis data dalam penelitian ini menggunakan metode statistika yaitu Regresi dengan mediasi.

Kata-kata kunci: kualitas layanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan



ABSTRACT

Business Competition growth every year, aviation industry also have a fight competition, many aviation industry either government owned private not close the competition. To preserve aviation industry not only required meet consumer demand but also gives good service. This research to know influence service quality to consumer satisfy of Air Asia Airlines, determine the effect satisfy to loyalty consumer on Air Asia Airlines, an to know the service quality to loyalty consumer on Air Asia Airlines. This research is causal explanatory. Methode use by quisioner. With population Air Asia consumer at Maranatha Christian University. Sample is maranatha cristian university student use Air Asia twice. Retrieval method use to analysis data on this research is statistic by using statistic method is regression with mediation.

Keywords: service quality, consumer satisfaction, consumer loyalty



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL BAHASA INDONESIA	i
HALAMAN JUDUL BAHASA INGGRIS	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	
2.1 Kajian Pustaka	7
2.1.1 Marketing	7
2.1.2 Marketing Mix	7
2.1.3 Jasa	10
2.1.4 Kualitas	11
2.1.5 Kualitas Jasa	12
2.1.5.1 Pengertian Kualitas	12
2.1.5.2 Dimensi Kualitas	12
2.1.5.3 Prinsip-Prinsip kualitas pelayanan	13
2.1.5.4 Unsur-Unsur Kualitas Layanan	14
2.1.6 Perilaku Konsumen	17
2.1.6.1 Pengertian Perilaku Konsumen	17
2.1.6.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	17
2.1.6.3 Tahap Proses Keputusan Pembelian	19
2.1.7 Kepuasan Konsumen	21
2.1.7.1 Pengertian Kepuasan Konsumen	21
2.1.7.2 Manfaat Kepuasan Konsumen	21
2.1.7.3 Pengukuran Kepuasan Konsumen	22
2.1.8 Loyalitas Pelanggan	23
2.1.8.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan	23
2.1.8.2 Manfaat Loyalitas Pelanggan	24
2.1.8.3 Faktor Pendorong Loyalitas Pelanggan	25
2.1.8.4 Tahapan dalam Loyalitas Pelanggan	26
2.1.8.5 Karakteristik Pelanggan Loyal	27
2.1.9 Riset Empiris	28
2.1.10 Rerangka Teori	31

2.2 Rerangka Pemikiran	32
2.3 Pengembangan Hipotesis	33
BAB III METODE PENELITIAN	34
3.1 Jenis Penelitian	34
3.2 Populasi dan Sampel	35
3.3 Teknik Pengambilan Sampel	35
3.4 Teknik Pengumpulan Data	36
3.5 Definisi Operasional Variabel	37
3.6 Uji instrumen	40
A. Uji Validitas.....	40
B. Uji Reliabilitas	41
3.7 Uji Asumsi Klasik	41
A. Uji Normalitas	41
B. Uji Heteroskedastisitas	42
C. Uji Heteroskedastisitas	42
3.8 Teknik Analisis Data	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
4.1. Data Responden	44
4.1.1 Profil Responden	44
4.1.2 Hasil Tanggapan Responden	46
4.1.2.1 Kualitas Pelayanan	46
4.1.2.2 Kepuasan Pelanggan	48
4.1.2.3 Loyalitas Pelanggan	49
4.2 Hasil Penelitian	50
4.2.1 Uji Validitas	50
4.2.2 Uji Reliabilitas.....	53
4.2.3 Uji Asumsi Klasik	53
4.2.3.1 Uji Normalitas	54
4.2.3.2 Uji Multikolinearitas	55
4.2.3.3 Uji Heteroskedastisitas	55
4.2.4 Uji Parametrik secara Simultan	55
4.2.5 Regresi dengan Mediasi	58
4.2.5.1 Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan	
Pelanggan	58
4.2.5.2 Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan	
Terhadap loyalitas pelanggan	58
4.2.5.3 Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas	
Pelanggan Didimensi oleh kepuasan	
pelanggan.....	60
4.2.6 Persamaan Regresi	61
4.2.7 korelasi	62
4.2.8 Koefisien Determinasi	63
4.3 Pembahasan	64

BAB V PENUTUP	66
5.1 Kesimpulan	66
5.2 Implikasi Manajerial	67
5.3 keterbatasan	67
5.4 Saran	67
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN	72
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	76



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen	19
Gambar 2.2 Tahap Proses Keputusan Pembelian	19
Gambar 2.3 Manfaat Kepuasan Pelanggan	22
Gambar 2.4 Rerangka Teori	31
Gambar 2.5 Rerangka Pemikiran	32
Gambar 2.6 Model Penelitian	33
Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas	56



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Elemen Program Pemasaran Jasa.....	10
Tabel 2.2 Hasil Penelitian Terdahulu.....	28
Tabel 3.1 Skor Penilaian Kuesioner.....	37
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel	37
Tabel 4.1 Identitas Responden berdasarkan Jenis Kelamin	44
Tabel 4.2 Identitas Responden Berdasarkan usia	44
Tabel 4.3 Identitas Responden berdasarkan Angkatan	45
Tabel 4.4 Identitas Responden Apakah Anda Pernah Menggunakan Maskapai Air Asia	45
Tabel 4.5 Skor Jawaban Responden terhadap Pernyataan Mengenai Kualitas Pelayanan	46
Tabel 4.6 Skor Jawaban Responden terhadap Pernyataan	48
Tabel 4.7 Skor Jawaban Responden terhadap Pernyataan Mengenai Loyalitas Pelanggan	49
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Awal	51
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Akhir	52
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner	53
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas	54
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas	55
Tabel 4.13 Hasil Uji Simultan	57
Tabel 4.14 Coefficients	58
Tabel 4.15 coefficients	59
Tabel 4.16 Hasil uji Parsial	60
Tabel 4.17 Correlations.....	62
Tabel 4.18 Koefisien Determinasi	64