

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS LAYANAN, DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
SURVEY PADA PENGGUNA MASKAPAI PENERBANGAN LION AIR DI BANDAR UDARA
INTERNASIONAL ADISUTJIPTO**

NABILLA BAZIGHA M. BASALAMAH
NIM: 141150076

**Mahasiswa Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta**
bazighanabilla@gmail.com

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Layanan dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan. Survey dilakukan pada pelanggan maskapai penerbangan LION AIR. . Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, dikumpulkan menggunakan teknik kuesioner, sampel yang digunakan sebanyak 120 responden. Alat analisis dalam penelitian ini menggunakan Regresi Linier Berganda. Dalam penelitian ini menggunakan *Statistical Product and Service Solutions* (SPSS). Hasil analisis Regresi Linier Berganda menunjukkan hasil yaitu: 1) persepsi harga, kualitas layanan dan citra merek secara bersama – sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, 2) persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, 3) kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, 4) citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan,. Pada pelanggan maskapai penerbangan Lion Air di Bandar Udara Adisutjipto.

Kata Kunci : Persepsi Harga, Kualitas Layanan, Citra Merek, Kepuasan Pelanggan, Lion Air.