

ABSTRAK

PENGARUH *SERVICES QUALITY*, KEPERCAYAAN, DAN CITRA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN

(Survey pada Maskapai Lion Air di Yogyakarta)

Olivia Do Rosario Alves Soares

No. Mhs. : 141080228/EM

Citra Maskapai Lion Air merupakan penglihatan dan kepercayaan yang terpendam di benak konsumen (penumpang di Bandar Udara Adi Sucipto Yogyakarta), sebagai cerminan asosiasi yang tertahan diingatan konsumen. Bahwa citra merupakan sekumpulan asosiasi sebuah perusahaan atau produk yang terbentuk dan melekat di benak konsumen. Citra Maskapai Lion Air merupakan kumpulan kesan yang ada di benak konsumen atau penumpang di Bandar Udara Adi Sucipto Yogyakarta mengenai suatu merek yang dirangkai dari ingatan-ingatan konsumen terhadap nama maskapai tersebut. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Services Quality* terhadap kepuasan konsumen Maskapai Lion Air, untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan konsumen Maskapai Lion Air, dan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh citra terhadap kepuasan konsumen Maskapai Lion Air. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Dalam penelitian ini sampel yang diambil adalah sebagian pelanggan Maskapai Lion Air yang telah menggunakan jasa Maskapai Lion Air minimal 2 kali berjumlah 125 orang. Alat analisis dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda dengan metode *Ordinary Least Square (OLS)*. Kesimpulan penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Services Quality* mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, variabel kepercayaan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, dan variabel Citra mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dapat diartikan, jika Citra mengalami peningkatan, maka kepuasan konsumen akan mengalami peningkatan.

Kata Kunci : Services Quality, Kepercayaan, Citra, Kepuasan Konsumen.