

## ABSTRAKSI

JUMENIA PASTORINHAS DE JESUS DOS SANTOS PEREIRA. Analisis Pengaruh Citra dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Transportasi Jasa PT. Batavia Air (*Survey* Pada Mahasiswa Timor Leste Di Yogyakarta). (Dibimbing oleh Ratna Roostika, MAC. Ph. D dan Dra. Triani Pujiastuti, MP. MM.).

Tujuan dari penelitian ini adalah : (1) Untuk mengetahui pengaruh *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* secara bersama terhadap kepuasan pelanggan pada pesawat Batavia Air. (2) Untuk mengetahui pengaruh variabel *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada jasa pesawat Batavia Air. (3) Untuk mengetahui pengaruh citra dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pesawat Batavia Air.

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan transportasi jasa PT. Batavia Air. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa dari Timor Leste yang sedang melanjutkan kuliah di Yogyakarta. Sampel yang diambil sebanyak 120 responden dan di uji coba terdahulu pada 30 responden dengan menggunakan metode *non probability sampling* dengan teknik sampling yang digunakan adalah *Purposive Sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2005 : 78). Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda.

Hasil analisis dengan menggunakan SPSS 17,0 menunjukkan bahwa: (1). kualitas pelayanan secara bersama berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, dari hasil koefisien regresi yang didapat menunjukkan, variabel *empathy* ( $b_5 = 0,372$ ), menjadi variabel terbesar yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, kemudian *assurance* ( $b_4 = 0,259$ ), *reliability* ( $b_2 =$

0,160), *tangibles* ( $b_2 = 0,124$ ), sementara *responsiveness* ( $b_3 = 0,062$ ) menjadi variabel terendah yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. **(2)**. Pengujian hipotesis secara parsial variabel *tangible*, *reliability* dan *empathy* secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, karena nilai signifikansi  $< 0,05$ , sedangkan variabel *responsiveness* dan *assurance* secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan karena nilai signifikansi  $> 0,05$ . Koefisien determinasi menunjukkan bahwa kemampuan variabel *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* sangat berpengaruh dalam variasi perubahan terhadap kepuasan pelanggan PT. Batavia Air adalah sebesar 70,8%. **(3)**. Berdasarkan hasil regresi pada model kedua variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan ( $b_1 = 0,280$ ), sementara variabel citra menjadi variabel terendah yang mempengaruhi kepuasan pelanggan ( $b_2 = 0,660$ ). Koefisien determinasi menunjukkan bahwa kemampuan variabel citra dan kualitas pelayanan sangat berpengaruh dalam variasi perubahan terhadap kepuasan pelanggan PT. Batavia Air adalah sebesar 81,3%.

Kata Kunci : Citra, Kualitas Pelayanan, *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Empathy*, Kepuasan Konsumen.