

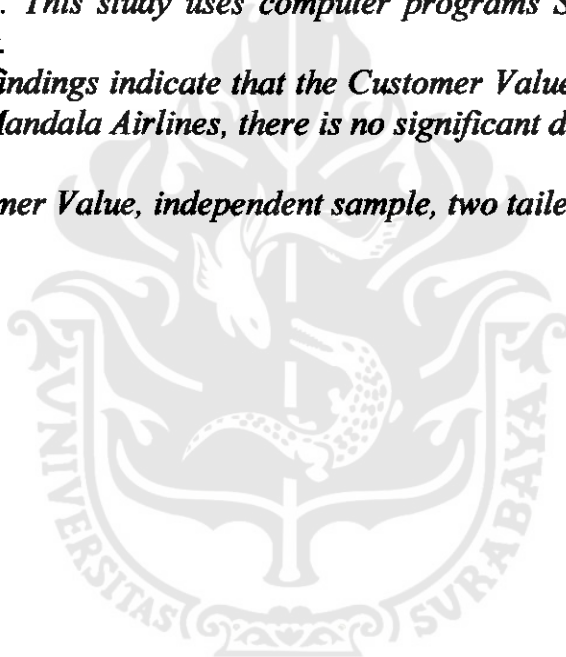
ABSTRACT

This study aims to determine the difference between Customer Value between the airline Air Asia and airline Mandala Airlines through its constituent elements.

This study uses a quantitative approach by using descriptive conclusive method. This study uses a sample of Air Asia airline passengers and Mandala airline passenger. The number of samples used in this study amounted to 200 respondents. In this study also conducted a test of hypothesis testing with an average difference for the two sample groups are free (independent) by using the table t. Test the hypothesis using a two tailed test with the level of significant of 5%. This study uses computer programs SPSS 13 as tools for hypothesis testing.

Research findings indicate that the Customer Value among airlines and Air Asia airline Mandala Airlines, there is no significant difference.

Keywords: Customer Value, independent sample, two tailed test



INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbedaan *Customer Value* antara maskapai Air Asia dan maskapai Mandala Airlines melalui unsur-unsur pembentuknya.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan metode *konklusif deskriptif*. Penelitian ini menggunakan sampel berupa penumpang maskapai Air Asia dan penumpang maskapai Mandala Airlines. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebesar 200 responden. Dalam penelitian ini juga dilakukan pengujian hipotesis dengan uji beda rata-rata untuk dua kelompok sampel yang bebas (*independent*) dengan menggunakan tabel t. Uji hipotesis tersebut menggunakan *two tailed test* dengan *level of significant* sebesar 5%. Penelitian ini menggunakan program computer SPSS 13 sebagai alat bantu untuk melakukan pengujian hipotesis.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa *Customer Value* antar maskapai penerbangan Air Asia dan maskapai penerbangan Mandala Airlines, tidak terdapat perbedaan yang signifikan.

Kata kunci : *Customer Value, sample independent, two tailed test.*