

PENGARUH *SERVICE QUALITY* TERHADAP *CORPORATE IMAGE*,
CUSTOMER SATISFACTION, DAN *CUSTOMER LOYALTY* LION AIR

Gilbert Hartanto
Manajemen Pemasaran

Dudi Anandya
Deddy Marciano

ABSTRAK

Pembangunan Bandar Udara terus-menerus di berbagai wilayah Indonesia membuka peluang besar bagi industri penerbangan Indonesia namun hal tersebut tak lepas dari berbagai tantangan seperti penurunan jumlah penumpang dari tahun ke tahun hingga pandemi Covid-19 yang membuat mobilitas masyarakat terbatas dan memperlambat perekonomian. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas penumpang maskapai Lion Air. Penelitian ini menggunakan data sebanyak 312 yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner secara *online* yang kemudian diolah menggunakan metode *Structural Equation Modelling* (SEM). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan Lion Air berpengaruh positif pada kepuasan penumpang, citra Lion Air, dan loyalitas penumpangnya. Selain itu, hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa kepuasan penumpang Lion Air memiliki pengaruh positif pada citra Lion Air dan loyalitas penumpang Lion Air. Adapun pengaruh kualitas layanan Lion Air pada citra Lion Air tidak signifikan pada penelitian ini.

Kata Kunci: SERVQUAL, Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan, Loyalitas Pelanggan, Maskapai Penerbangan Bertarif Rendah.

THE EFFECT OF SERVICE QUALITY ON CORPORATE IMAGE, CUSTOMER SATISFACTION, AND CUSTOMER LOYALTY OF LION AIR

Gilbert Hartanto
Marketing Management

Dudi Anandya
Deddy Marciano

ABSTRACT

The continuous construction of airports in various regions of Indonesia opens up great opportunities for the Indonesian aviation industry, but this cannot be separated from various challenges, such as a decrease in the number of passengers from year to year to the Covid-19 pandemic which has limited people's mobility and slowed down the economy. The purpose of this research is to find out the factors that influence the loyalty of Lion Air airline passengers. This study used 312 data collected through online questionnaires which were then processed using the Structural Equation Modelling (SEM) method. The results of this study indicate that Lion Air's service quality has a positive effect on passenger satisfaction, Lion Air's image, and passenger loyalty. In addition, the results of this study also show that Lion Air passenger's satisfaction has a positive influence on Lion Air's image and Lion Air passenger's loyalty. The effect of Lion Air service quality on the image of Lion Air is not significant in this study.

Keywords: SERVQUAL, Customer Satisfaction, Corporate Image, Customer Loyalty, Low-Cost Carrier (LCC).