ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN KANTOR TICKETING DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PT.GARUDA INDONESIA KANTOR CABANG BANDAR LAMPUNG

Abstrak

Maks Ronald M

Perkembangan Industri penerbangan berkembang dengan sangat pesat. Hal ini di picu oleh perkembangan teknologi yang membawa pengaruh serta perubahan didalam industri penerbangan. Dengan berkembangnya teknologi maka hal itu pun membawa dampak bagi para pelaku bisnis dalam industri penerbangan. Garuda Indonesia pada tahun 2011 memiliki pangsa pasar dibawah Lion Air dengan selisih 6%.Keadaan ini harus bisa diantisipasi oleh Garuda Indonesia agar pangsa pasarnya tidak menurun.

PT.Garuda Indonesia harus terus menerus memperhatikan kepada kualitas layanan kantor ticketing serta image yang telah melekat dalam PT.Garuda Indonesia sebagai maskapai penerbangan nasional yang telah ada di dalam masyarakat indonesia selama lebih dari 40 tahun. Sehingga dengan meningkatkan kualitas layanan maka image yang ada tetap terjaga selama lebih dari 40 tahun. Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *judgement sampling* dengan menggunakan kuesioner kepada 100 pelanggan PT.Garuda Indonesia di Bandar Lampung.

Dari hasil penelitian didapatkan bahwa Citra Merek dengan variabel variabel Citra Perusahaan (*corporate image*) , Kualitas Layanan, menerangkan variasi sebesar 40,7%. (R^2) terhadap loyalitas pelanggan, sisanya sebesar 59,3% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diukur dalam model penelitian. Untuk variabel Kualitas Layanan mempengaruhi loyalitas pelanggan sebesar 27,9% dengan nilai signifikasi 0.017yang berarti bahwa variabel citra pemakai berpengaruh secara siknifikan karena nilai nya dibawah 0,05. Selama ini PT.Garuda Indonesia di kenal sebagai Maskapai yang mahal namun hal ini berbanding lurus dengan kenyamanan dan keamanan yang di berikan kepada penumpangkan *Prestise* dimana rata-rata responden membeikan skor 3 (Netral) dimana diambil kesimpulan bahwa pelanggan tidak menganggap bahwa produk PT.Garuda Indonesia yang mahal.

Kata kunci : Airlines, Kualitas Layanan, Citra Merek , Loyalitas Pelanggan