

PENGARUH HARGA DAN FAKTOR KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA MASKAPAI PT. AIRASIA DI SURABAYA

Oleh :
Muchammad Faridza Ardyansah

ABSTRAK

Rumusan masalah dalam penelitian ini bagaimana pengaruh Harga dan faktor kualitas pelayanan (*Service Quality Factor*) yang terdiri dari *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy* dan *Tangible* terhadap kepuasan pelanggan jasa penerbangan AirAsia di Surabaya, sedangkan hipotesis penelitian ini yaitu harga dan faktor kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan baik secara simultan maupun parsial terhadap kepuasan pelanggan jasa penerbangan PT. AirAsia. Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teori manajemen pemasaran yang berhubungan dengan harga dan faktor kualitas pelayanan dengan jenis penelitiannya adalah kuantitatif. Teknik pengumpulan data dengan mengedarkan kuesioner terhadap sampel sebanyak 100 responden. Untuk menguji hipotesis digunakan regresi berganda dengan melakukan uji t dan uji F

Kata kunci : Harga, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy*, *Tangible* dan Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

The problem formulation in this study is how the influence of Price and service quality factors (*Service Quality Factor*) consisting of *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy* and *Tangible* on AirAsia flight customer satisfaction in Surabaya, while the research hypothesis of that price and service quality factors have an influence which is significant both simultaneously and partially to the customer satisfaction of flight services Air Asia's company. The theory used in this study is marketing management theory related to price and service quality factors with the type of research is quantitative. Data collection techniques by distributing questionnaires to a sample of 100 respondents. To test the hypothesis multiple regression is used by conducting the T test and F test.

Key words : Price, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy* and *Tangible* and Satisfaction of Consumer

PENELITIAN TERDAHULU

Keberhasilan suatu perusahaan ditandai oleh beberapa aspek pendukung, seperti kehandalan, daya tanggap, sifat dapat dipercaya, pemahaman serta kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan sehingga eksistensi semakin meningkat dan maju. Menurut Anugara (2012) dengan judul Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada PT. Citilink bandara Juanda Surabaya).

