

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan di PT Garuda Indonesia, Tbk Cabang Surabaya yang beralamat di Gedung Perkantoran Graha Bumi Surabaya Lantai Dasar & 4, Jalan Basuki Rahmat No. 106-128 Surabaya. Pada penelitian ini menggunakan Loyalitas Pelanggan sebagai variabel dependen dan Kualitas Layanan, Promosi, Harga dan Citra Merek sebagai variabel independen. Tujuan penelitian ini menganalisa pengaruh Kualitas Layanan, Promosi, Harga dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan. Subjek dalam penelitian ini sebanyak 97 responden. Metode penelitian ini adalah kuantitatif dengan metode survei, Analisis yang digunakan meliputi uji validitas, uji realibilitas, uji regresi linier berganda, uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, serta uji hipotesis yang meliputi uji F, uji t dan koefisien determinasi.

Hasil perhitungan statistik menunjukkan nilai $F_{hitung} = 3.935$, ini berarti $F_{hitung} > F_{tabel} 2,47$. Hasil pengujian hipotesis Kualitas Layanan menunjukkan $t_{hitung} (4.129) \geq t_{tabel} (1.986)$, hipotesis Promosi menunjukkan $t_{hitung} (3.142) \geq t_{tabel} (1.986)$, hipotesis Harga menunjukkan $t_{hitung} (2.802) \geq t_{tabel} (1.986)$, dan hipotesis Citra Merek menunjukkan $t_{hitung} (3.142) \geq t_{tabel} (1.986)$. variabel kualitas layanan (X_1) mempunyai pengaruh yang paling dominan dengan di buktikan hasil *Standardized Coefficients Beta* paling tinggi yaitu (0,476), maka dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Layanan berpengaruh lebih dominan terhadap Loyalitas Pelanggan di PT Garuda Indonesia, Tbk Cabang Surabaya dibandingkan dengan variabel Promosi, Harga, dan Citra Merek.

Kata Kunci : Kualitas Layanan, Promosi, Harga, Citra Merek, Loyalitas Pelanggan.