

ABSTRAK

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan, citra merek dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Garuda Indonesia di Surabaya. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu penelitian yang menitikberatkan pada pengujian hipotesa dengan alat analisa metode statistik dan menghasilkan kesimpulan yang dapat digeneralisasikan. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang pernah menggunakan jasa maskapai penerbangan Garuda Indonesia di Surabaya. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan atau kriteria tertentu. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 responden. Alat uji yang digunakan adalah teknik analisis regresi linier berganda dengan bantuan *software* SPSS 17.0. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa, hasil dari uji validitas adalah *valid*, uji reliabilitas adalah *reliabel*. Analisa regresi linier berganda didapatkan permodelan yaitu $Y = 0,587 + 0,463 X_1 + 0,342 X_2 + 0,761 X_3$. Dari hasil Uji F didapatkan hasil bahwa kualitas layanan (X_1), citra merek (X_2) dan kepuasan pelanggan (X_3) berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan (Y) Garuda Indonesia di Surabaya. Dari hasil uji t dapat diketahui bahwa kualitas layanan (X_1), citra merek (X_2) dan kepuasan pelanggan (X_3) berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan (Y) Garuda Indonesia di Surabaya

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Citra Merek Dan Kepuasan, Loyalitas

ABSTRACT

This research is intended to determine the effect of service quality, brand image and customer satisfaction on Garuda Indonesia customer loyalty in Surabaya. This research was conducted using a quantitative approach that is research that focuses on testing hypotheses with statistical method analysis tools and generating conclusions that can be generalized. The population used in this study are all customers who have used Garuda Indonesia airline services in Surabaya. The sampling technique used in this study was purposive sampling, which is a sampling technique based on certain considerations or criteria. The sample used in this study was 100 respondents. The test equipment used was multiple linear regression analysis techniques with the help of SPSS 17.0 software. From the results of the research that has been done it can be concluded that, the results of the validity test are valid, the reliability test is reliable. Multiple linear regression analysis obtained modeling that is $Y = 0.587 + 0.463 X1 + 0.342 X2 + 0.761 X3$. From the F Test results obtained that the service quality (X1), brand image (X2) and customer satisfaction (X3) simultaneously influence the customer loyalty (Y) of Garuda Indonesia in Surabaya. From the results of the t test it can be seen that the quality of service (X1), brand image (X2) and customer satisfaction (X3) have a partial effect on customer loyalty (Y) of Garuda Indonesia in Surabaya

Keywords: Service Quality, Brand Image and Satisfaction, Loyalty