

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN PENGGUNA JASA PENERBANGAN MASKAPAI
CITILINK DI YOGYAKARTA INTERNATIONAL AIRPORT KULON
PROGO**

Prodi D-IV Manajemen Transportasi Udara, Jenjang Sarjana, Program Diploma
IV, Sekolah Tinggi Teknologi Kedirgantaraan Yogyakarta

Pembimbing : Adipura Danang Maulana, S.AB., M.M

Penulis

Syelin Andjani Ramadhini

INTISARI

Perusahaan penerbangan dituntut untuk dapat terus berkembang dan harus terus memperhatikan kualitas pelayanan yang mereka berikan kepada pelanggannya agar menciptakan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan penerbangan. Maskapai citilink merupakan salah satu maskapai penerbangan bertarif low cost carrier yang memiliki strategi dalam meningkatkan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dengan menerapkan analisis 4P yaitu Product, Promotion, Price, Place. Salah satu strategi yang ditawarkan maskapai citilink dengan menekankan biaya yang dikeluarkan, memberikan potongan harga kepada penumpang, melakukan penjualan tiket yang murah dengan memperhatikan mutu pelayanan yang diberikan salah satunya ketepatan waktu penerbangan, menyediakan fasilitas yang aman dan nyaman, serta memiliki karyawan yang profesional agar dapat memberikan pelayanan yang terbaik bagi penumpangnya dalam tahap pre flight (sebelum penerbangan), in flight (selama penerbangan), post flight (setelah penerbangan). Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu untuk pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pengguna jasa penerbangan maskapai citilink di Yogyakarta International Airport Kulon Progo.

Penelitian ini dilakukan di Yogyakarta International Airport Kulon Progo dengan melibatkan 100 responden. Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang diawali dengan pengumpulan data primer berupa kuesioner yang berisi 20 pertanyaan kemudian dibagikan kepada penumpang maskapai citilink, sedangkan data sekunder diperoleh dari jurnal atau web yang berkaitan dengan variabel dalam penelitian ini, kemudian data yang diperoleh akan diuji menggunakan SPSS 16.0.

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil uji hipotesis didapat sebesar $7,642 > 1,987$ yang berarti H_0 ditolak, artinya ada pengaruh signifikan antara variabel kualitas pelayanan (X) terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y).

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Loyalitas Pelanggan, dan Maskapai Citilink

THE EFFECT OF SERVICE QUALITY ON CUSTOMER LOYALTY USING CITILINK AIRCRAFT SERVICES IN YOGYAKARTA INTERNATIONAL AIRPORT KULON PROGO

D-IV Air Transportation Management Study Program, Undergraduate Level,
Diploma IV Program, Sekolah Tinggi Teknologi Kedirgantaraan Yogyakarta

Advisor: Adipura Danang Maulana, S.AB., M.M

Author

Syelin Andjani Ramadhini

ABSTRACT

Airline companies are required to be able to continue to develop and must continue to pay attention to the quality of service they provide to their customers in order to create customer loyalty to airlines. Citilink airline is one of the low cost carrier airlines that has a strategy to improve service quality to customer loyalty by applying 4P analysis, namely Product, Promotion, Price, Place. One of the strategies offered by Citilink airline is by emphasizing the costs incurred, giving discounts to passengers, selling cheap tickets by paying attention to the quality of service provided, one of which is the timeliness of flights, providing safe and comfortable facilities, and having professional employees to be able to provide the best service for passengers in the pre flight (before flight), in flight (during flight), post flight (after flight) stages. The purpose of this study is to influence service quality on customer loyalty of Citilink airline service users in Yogyakarta International Airport Kulon Progo.

This research was conducted at Yogyakarta International Airport Kulon Progo involving 100 respondents. This type of research uses a quantitative method that begins with primary data collection in the form of a questionnaire containing 20 questions then distributed to Citilink airline passengers, while secondary data is obtained from journals or the web related to the variables in this study, then the data obtained will be tested using SPSS 16.0 .

The results of this study indicate an influence between service quality and customer loyalty. Hypothesis test results obtained at $7,642 > 1,987$, which means that H_0 is rejected, meaning that there is a significant influence between the service quality variable (X) on the customer loyalty variable (Y).

Keywords: Service Quality, Customer Loyalty, and Citilink Airline