

**PENGARUH CITRA PERUSAHAAN, HARGA DAN KUALITAS
LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENUMPANG PADA MASKAPAI
WINGS AIR DI BANDAR UDARA SULTAN MUHAMMAD
KAHARUDDIN SUMBAWA**

oleh

Vindy Rindayati

INTI SARI

Wings Air adalah salah satu entitas bisnis jasa yang bergerak dalam industri penerbangan. Persaingan bisnis saat ini sangat ketat khususnya dalam menarik konsumen dan mempertahankan konsumennya. Kondisi ini menuntut perusahaan untuk menciptakan keunggulan kompetitif mampu bersaing secara berkesinambungan. Dalam menciptakan kepuasan konsumen, perusahaan dituntut untuk memberikan citra perusahaan, harga, dan kualitas layanan yang baik dalam menggunakan jasa Wings Air di Sumbawa Besar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara citra perusahaan, harga dan kualitas layanan secara parsial dan simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Populasi adalah penumpang maskapai wings air. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Teknik analisis yang digunakan penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda dan menggunakan uji hipotesis, uji F dan uji T.

Hasil penelitian ini menunjukan bahwa harga dan kualitas layanan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen ini ditunjukan dengan hasil pengelolaan data melalui SPSS untuk uji T adalah 0.000 dan 0.011 atau di bawah 0.005 sehingga dapat diartikan bahwa variabel harga dan kualitas layanan berpengaruh terhadap variabel kepuasan penumpang, hal ini menunjukan adanya pengaruh antara harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan penumpang wings air di bandara Sumbawa besar. Hasil lain menunjukan bahwa citra perusahaan, harga dan kualitas layanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan ini di tunjukan dengan hasil SPSS uji F adalah 0.000 atau di bawah 0.005, hal ini menunjukan variabel citra perusahaan, harga, kualitas layanan secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen sebesar 82,3%.

Kata kunci : Citra Perusahaan, Harga, Kualitas Layanan, Kepuasan Konsumen.

THE INFLUENCE OF COMPANY IMAGE, PRICE AND SERVICE QUALITY ON PASSENGER SATISFACTION IN WINGS AIR AIRPORT IN SULTAN MUHAMMAD AIRPORT KAHARUDDIN SUMBAWA

By
Vindy Rindayati

ABSTRAK

Wings Air is a service business entity engaged in the aviation industry. Today's business competition is very tight, especially in attracting consumers and retaining consumers. This condition requires companies to create a competitive advantage to be able to compete on an ongoing basis. In creating customer satisfaction, companies are required to provide good corporate image, price, and service quality when using Wings Air services in Sumbawa Besar. This study aims to determine how much influence between company image, price and service quality partially and simultaneously affects customer satisfaction.

This type of research is quantitative. The population is passengers of air wings airlines. The sample used was 100 respondents. The analysis technique used in this research is multiple linear regression analysis and uses hypothesis testing, F test and T test.

The results of this study indicate that price and service quality partially affect customer satisfaction as indicated by the results of data management through SPSS for the T test is 0.000 and 0.011 or below 0.005, so it means that the variable price and service quality have an effect on the variable passenger satisfaction, this shows that there is an influence between price and service quality on passenger satisfaction with air wings at the airport of Sumbawa Besar. Other results show that the company image, price and service quality simultaneously affect this satisfaction. It is shown by the results of the SPSS F test which is 0.000 or below 0.005, this shows that the variables of company image, price, service quality simultaneously (jointly) have an effect. to the consumer satisfaction variable of 82.3%.

Keywords: Company Image, Price, Service Quality, Customer Satisfaction