

INTISARI

CITRA PERUSAHAAN GARUDA INDONESIA: PERSEPSI PARA LOYALIS GARUDA INDONESIA

PRODI DIV Manajemen Transportasi Udara, Jenjang Sarjana, Program Diploma IV,
Sekolah Tinggi Teknologi Kedirgantaraan Yogyakarta

Pembimbing: Teguh Ariebowo, S.S., M.Hum

Penulis

Nengah Wahyu Diana Santy

Garuda Indonesia selama ini dipersepsikan memiliki citra yang baik sebagai perusahaan penerbangan nasional. Garuda Indonesia menawarkan produk Full Service Carrier dengan konsep layanan Garuda Indonesia Experience dan menerapkan harga yang lebih mahal jika dibandingkan dengan maskapai lain. Namun, dengan persepsi citra perusahaan yang baik karena adanya kualitas, Garuda Indonesia dapat membuat loyalitas pada konsumen. Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana persepsi para loyalis Garuda Indonesia mengenai citra perusahaan Garuda Indonesia.

Penelitian ini dilakukan di Yogyakarta. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif menggunakan narrative inquiry. Penelitian ini menggunakan metode wawancara semi terstruktur dan dokumentasi sebagai teknik pengumpulan datanya, dan penelitian ini menggunakan teknik Analisis Data Model Miles and Huberman.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi para loyalis Garuda Indonesia mengenai citra perusahaan Garuda Indonesia sudah baik, walaupun Garuda Indonesia menerapkan harga yang lebih mahal jika dibandingkan dengan maskapai lain tetapi itu tidak menjadi masalah karena Garuda Indonesia selalu menjaga kualitas produk dan kualitas layanannya sehingga menimbulkan persepsi citra yang baik di mata para loyalisnya yang akan membuat para loyalis melakukan pembelian ulang dan perekomendasi.

Kata kunci: citra, persepsi, kualitas, produk, layanan, harga, loyalitas