

ABSTRAK

Persaingan di dunia bisnis saat ini semakin ketat. Hal ini juga dirasakan para pelaku bisnis di bidang jasa penerbangan. Dimana banyak perusahaan penerbangan yang mencoba untuk dapat memenuhi kebutuhan masyarakat akan jasa transportasi udara baik dari segi harga yang murah maupun dari kualitas pelayanannya yang baik. Fenomena ini mendorong setiap perusahaan untuk dapat meningkatkan pelayanannya sehingga dapat tercipta suatu kepuasan pelanggan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui harga dan kualitas pelayanan maskapai penerbangan Indonesia Air Asia serta bagaimana kepuasan pelanggannya. Penelitian ini juga bertujuan untuk melihat besarnya pengaruh harga dan kualitas pelayanan maskapai penerbangan Indonesia Air Asia terhadap kepuasan pelanggan.

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode studi deskriptif dan studi kausal. Teknik pengambilan sampel *non probability sampling* yaitu *accidental sampling method*. Jumlah sampel yang diambil adalah 400 yang merupakan pelanggan maskapai penerbangan Indonesia Air Asia pada bandara Husein Sastranegara. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis jalur (*path analysis*) untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan secara simultan dan parsial.

Berdasarkan hasil analisis tersebut dapat disimpulkan, Secara simultan harga dan kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 56%, sedangkan secara parsial variabel harga mempunyai pengaruh total terhadap kepuasan pelanggan sebesar 13,06% dan variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh total terhadap kepuasan pelanggan sebesar 42,78%.

Berdasarkan hasil penelitian, penulis menyarankan agar perusahaan dapat lebih memperhatikan harga yang ditawarkan. Pelanggan akan sangat puas jika harga yang ditawarkan terdapat fasilitas tambahan tetapi harga masih dalam kategori murah. Perusahaan penerbangan juga dapat meningkatkan kualitas pelayanan terutama dalam hal kehandalan dan daya tanggap perusahaan. Sehingga dapat lebih meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kata kunci: Harga, Kualitas Pelayanan, kepuasan Pelanggan