

ABSTRAK

Dewasa ini, transportasi udara menjadi semakin akrab di kalangan masyarakat dari berbagai kelas ekonomi lantaran hadirnya penerbangan dengan konsep murah atau yang biasa disebut *low-cost carrier airlines*. Salah satu maskapai yang memperoleh kesuksesan luar biasa dalam penerapan konsep bisnis ini ada maskapai asal negeri jiran Malaysia, AirAsia. Maskapai yang dipimpin oleh Tan Sri Tony Fernandes ini terhitung sudah 9 tahun berturut turut menyabet gelar sebagai Maskapai Low-cost terbaik di seluruh dunia versi Skytrax. Pertumbuhan maskapai berbiaya murah atau *low-cost carrier airlines* di Indonesia memberikan dampak yang cukup besar bagi meningkatnya jumlah pengguna jasa penerbangan di Indonesia. Konsep penerbangan ini sangat cocok diterapkan di negara berkembang seperti Indonesia.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor kepuasan pelanggan berdasarkan layanan *low-cost carrier*. Indikator *low-cost carrier* dalam penelitian ini yaitu :1).safety 2).no-frills 3).distribution 4).price dan 5)flight regularity. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 responden dan pengumpulan data menggunakan metode kuesioner. Jenis penelitian ini adalah deskriptif dengan metode kuantitatif. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan secara parsial empat variabel *low-cost carrier* antara lain safety dengan pengaruh sebesar 4,468, distribution dengan pengaruh sebesar 1,828, price dengan pengaruh sebesar 5,393 dan flight regularity dengan pengaruh sebesar 2,471 memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen PT. Indonesia AirAsia di kota Bandung. Sementara itu terdapat satu variabel bebas yang tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Indonesia AirAsia di kota Bandung yaitu no-frills dengan pengaruh sebesar -1,802. Sedangkan secara simultan variabel bebas safety, no frills, distribution, price, flight regularity memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Indonesia AirAsia dengan nilai sebesar 24,008.

Kata Kunci : Low Cost Carrier, Kepuasan Pelanggan, Airasia