

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Konsumen Lion Air di Kota Bandung dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan kausal. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *non probability sampling* jenis *purposive sampling* dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan *path analysis* (analisis jalur).

Berdasarkan hasil penelitian dari analisis deskriptif menunjukkan bahwa variabel Kualitas Layanan, Citra Perusahaan dan Kepuasan Konsumen berada pada kategori cukup baik, dan variabel Loyalitas Konsumen berada pada kategori tidak baik. Hasil dari analisis jalur menunjukkan bahwa secara simultan dan signifikan variabel Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Konsumen sebesar 72,5%, dan secara parsial variabel Kualitas Layanan, Citra Perusahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Variabel Kualitas Layanan, Citra Perusahaan dan Kepuasan Konsumen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel Loyalitas Konsumen secara simultan dan signifikan sebesar 71,2% dan secara parsial variabel Kualitas Layanan, Citra Perusahaan dan Kepuasan Konsumen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Loyalitas Konsumen. Berdasarkan hasil perhitungan koefisien jalur variabel Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen Lion Air di Kota Bandung melalui Kepuasan Konsumen sebesar 21,7% dan variabel Citra Perusahaan berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen Lion Air di Kota Bandung melalui Kepuasan Konsumen sebesar 22,2%.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Citra Perusahaan, Kepuasan Konsumen, Loyalitas Konsumen.