

## HALAMAN ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh peranan dan perkembangan sektor jasa khususnya transportasi udara di Indonesia terasa semakin penting tidak heran jika persentasi penggunaan jasa transportasi sudah cukup tinggi. Agar dapat sukses ditengah persaingan bisnis penerbangan yang semakin tinggi maka perusahaan dalam industri jasa penerbangan harus mampu memberikan pelayanan yang memuaskan bagi konsumen. *Service quality* dan *price* merupakan salah satu faktor dimana konsumen akan merasa puas akan jasa yang mereka terima. AirAsia Indonesia merupakan salah satu perusahaan penerbangan yang ada di Bandung.

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah seberapa besar pengaruh *service quality* dan *price* terhadap kepuasan konsumen AirAsia Indonesia di Bandung. Tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh *service quality* dan *price* terhadap kepuasan konsumen AirAsia di Bandung.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif kuantitatif dengan jenis penelitian yang fokus pada pengungkapan hubungan kausal (sebab akibat). Pengolahan data menggunakan SPSS versi 17 *for windows*.

Setelah dilakukan tinjauan pustaka dan penyusunan hipotesis, data dikumpulkan melalui kuesioner terhadap 400 responden. Pengambilan sampel dengan *non probability sample* menggunakan metode *convenience sampling*. Kemudian dilakukan analisis terhadap data yang diperoleh dengan menggunakan analisis jalur (*path analysis*)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *service quality* dan *price* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan pengaruh secara simultan yaitu sebesar 44,3% dan sebesar 55,7% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Faktor dominan dalam penelitian ini yang mempengaruhi kepuasan konsumen AirAsia di Bandung adalah *service quality* sebesar 26,1%.

Keyword : *Service Quality*, *Price*, Kepuasan Konsumen