

ABSTRAK

Kualitas pelayanan adalah keberhasilan perusahaan dalam memberikan layanan yang berkualitas pada para pelanggannya. Tingginya permintaan terhadap jasa penerbangan saat ini dengan tumbuhnya maskapai-maskapai berbasis *Low Cost Carrier* juga pergeseran dari transportasi laut dan darat ke pesawat terbang dengan basis *Low Cost Carrier* membuat banyak permintaan terhadap maskapai penerbangan ini. Akan tetapi, banyak yang beranggapan bahwa kualitas dari maskapai penerbangan berbasis *Low Cost Carrier* dipertanyakan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh dimensi-dimensi SERVQUAL (TERRA) terhadap Citra Merek. Penelitian ini dilakukan di Bandung. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode studi kausalitas. Sampel penelitian ini sebanyak 400 responden. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Instrumen penelitian ini menggunakan kuesioner yang terdiri dari kuesioner data karakteristik responden, dimensi *Tangible, Emphaty, Responsiveness, Reliability, Assurance* dan Citra Merek.

Hasil uji statistik pada Lion Air berdasarkan uji R menunjukkan hubungan yang kuat dan positif antara dimensi *Tangible, Emphaty, Responsiveness, Reliability dan Assurance*. Sementara hasil uji anova pada Lion Air diketahui bahwa F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} dan sig F menunjukkan signifikan sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini berarti bahwa dimensi *Tangible, Emphaty, Responsiveness, Reliability dan Assurance* secara simultan berpengaruh terhadap, secara parsial dimensi *Tangible* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Citra Merek, sedangkan dimensi *Emphaty, Responsiveness, Reliability dan Assurance* namun dimensi *Tangible* disini tidak dihilangkan dengan alasan merupakan kesatuan dan merupakan bagian vital pada Lion Air. Berpengaruh secara signifikannya dimensi *Emphaty, Responsiveness, Reliability dan Assurance* berarti bahwa apabila keempat dimensi mengalami penurunan, maka Citra Merek juga menurun, begitu pula sebaliknya.

Saran yang diberikan kepada Lion Air agar lebih memperhatikan kebutuhan pelanggan yang berkaitan dengan *Emphaty, Responsiveness, Reliability, dan Assurance* terutama pada dimensi *Reliability* Lion Air karena memiliki nilai paling rendah pada penilaian responden dalam analisis deskriptif dan dimensi *Assurance* karena memiliki pengaruh paling signifikan terhadap Citra Merek pada uji t.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Citra Merek, Perusahaan Penerbangan