



**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAKARTA**

**ANALISIS PENGARUH HARGA KUALITAS
PELAYANAN DAN BRAND IMAGE TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN MASKAPAI
PENERBANGAN LION AIR**



SKRIPSI

**THEO RUSTANTO
0810111001**

**FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
2013**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan semua

Sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk

Telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Theo Rustanto

NPM : 0810111001

Tanggal : 23 Februari 2013

Tanda Tangan:



ANALISIS PENGARUH HARGA KUALITAS PELAYANAN DAN BRAND IMAGE TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN MASKAPAI PENERBANGAN LION AIR

**Oleh :
Theo Rustanto**

Jurusan Manajemen
Fakultas Ekonomi, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta

Abstrak

Dewasa ini banyak terjadi fenomena low cost carrier atau biasa disingkat LCC merupakan model penerbangan dengan strategi penurunan operating cost. Dengan strategi ini maka maskapai melakukan hal hal yang berbeda dengan umumnya. Sebagai contoh airlines melakukan tambahan pelayanan seperti penambahan catering, penyediaan newspaper atau magazine, in flight entertainment, in flight shop, lounge, free taxi after landing, exclusive frequent flier services, dan lain sebagainya. Low cost carrier melakukan hal hal yang berlawanan dengan hal hal tersebut. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui hubungan harga sebagai X1, Kualitas pelayanan sebagai X2, lalu brand image terhadap X2 terhadap loyalitas konsumen maskapai penerbangan lion air sebagai variabel Y dengan menggunakan analisis jalur atau path analysis dan uji validitas dan reliabilitas. Hasilnya Adalah harga berpengaruh signifikan baik secara langsung atau melalui brand image sedangkan kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen maskapai penerbangan lion air.

Keywords : Low Cost Carrier, Analisis Jalur, Uji Validitas dan Reliabilitas.

**ANALYSIS OF EFFECT OF PRICE AND BRAND IMAGE QUALITY
SERVICE TO CUSTOMER LOYALTY
LION AIR FLIGHTS AIRLINE**

**By
Theo Rustanto**

Jurusan Manajemen
Fakultas Ekonomi, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta

Abstrack

Today many low cost carrier phenomenon commonly abbreviated or LCC is a model flight operating cost reduction strategies. With this strategy the airlines do different things with the general. For example, airlines do additional enhancements such as the addition of catering services, the provision of newspaper or magazine, in flight entertainment, in flight shop, lounge, free taxi after landing, frequent flier exclusive services, and so forth. Low cost carriers do the opposite of these things. The purpose of this study was to determine the relationship as X1 price, quality of service as X2, then X2 brand image on customer loyalty lion airlines water as Y variables using path analysis or path analysis, and validity and reliability. The result is a significant price either directly or through a brand image while service quality has no significant effect on customer loyalty maskpai lion air flight.

Keywords: Low Cost Carrier, Path Analysis, Test Validity and Reliability.

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai Civitas Akademik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : THEO RUSTANTO
NPM : 0810111001
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : S1 Manajemen Pemasaran
Jenis Karya : Skripsi

Demi Pengembangan Ilmu Pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-Exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

” ANALISIS PENGARUH HARGA KUALITAS PELAYANAN DAN BRAND IMAGE TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN MASKAPAI PENERBANGAN LION AIR”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalih media / formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*Database*), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai Penulis / Pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 13 Maret 2013
Yang menyatakan,



THEO RUSTANTO



**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAKARTA**

**ANALISIS PENGARUH HARGA KUALITAS
PELAYANAN DAN BRAND IMAGE TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN MASKAPAI
PENERBANGAN LION AIR**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi**



**THEO RUSTANTO
0810111001**

**FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
2013**

SKRIPSI

ANALISIS PENGARUH HARGA KUALITAS PELAYANAN DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN MASKAPAI PENERBANGAN *LION AIR*

Dipersiapkan dan disusun oleh:

THEO RUSTANTO
0810111001

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji
pada tanggal : 2 Maret 2013
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Pembimbing
(Drs. Nobelson, MM)

Jakarta,

Mengetahui,
Ketua Program Studi S1 Manajemen



(Drs. Nurmatias, MM)



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

FAKULTAS EKONOMI

Sekretariat : Jl. RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan 12450. Telp. 7656971, 7692856 Fax. 7692856
Homepage : <http://www.upnvj.ac.id> Email : puskom.upnvj.ac.id

BERITA ACARA KOMPREHENSIF (SKRIPSI) SEMESTER GENAP T.A 2011/2012

Hari ini Sabtu, tanggal 02 Maret 2013, telah dilaksanakan Ujian Komprehensif (Skripsi) bagi mahasiswa:

Nama Mahasiswa : **Theo Rustanto**

No. Pokok : 0810.111.001

Program : **S-1 MANAJEMEN (REGULER)**

Dengan Judul Skripsi Sebagai Berikut :

“ ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN DAN BRAND IMAGE TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN MASKAPAI PENERBANGAN LION AIR “.

Dinyatakan yang bersangkutan Lulus / Tidak Lulus *

Tim Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda tangan
1.	Diana Triwardhani, SE, MM	Ketua	1.
2.	Drs. Medri Daran, MM	Anggota I	2.
3.	Drs. Nobelson, MM	Anggota II **)	3.

Jakarta, 02 Maret 2013

Mengesahkan

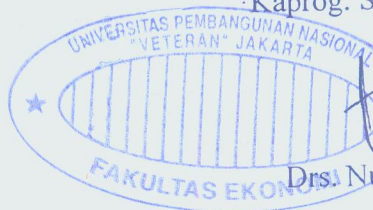
A.n. DEKAN

Kaprog. S-1 Manajemen

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing



Drs. Nurmatias, MM

S1-Manajemen

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan rahmat, berkah, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN DAN BRAND IMAGE TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN MASKAPAI PENERBANGAN LION AIR”**

Tujuan penulisan skripsi ini dimaksudkan sebagai salah satu persyaratan yang di ajukan dalam rangka memperoleh gelar sarjana kepada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Pembangunan nasional “Veteran” Jakarta.

Pada kesempatan ini tidak lupa penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Tuhan Yesus Kristus yang selalu menyertai dan membimbing di dalam pengerjaan skripsi
2. Koesnadi Kardi, M.Sc, RCDS selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “ Veteran “ Jakarta.
3. Dr. Erna Hernawati, Ak, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “ Veteran “ Jakarta.
4. Drs. Nurmatias, MM selaku KAPROG S-1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “ Veteran “ Jakarta.
5. Lina Ariani SE, MM sebagai pembimbing akasemik saya dari tahun 2007-2012
6. Drs.Nobelson,MM Selaku dosen pembimbing dan Diana Triwardhani, SE,MM serta Drs.Medri Daran,MM selaku dosen penguji yang telah berkenan dalam meluangkan waktunya untuk membimbing, mengarahkan, dan memberikan banyak masukan selama penulisan pengajuan penelitian ini.

7. Seluruh dosen dan staf Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.
8. Terima kasih kepada keluarga tercinta : Papa Wiwik dan ibu Susan yang senantiasa memberikan dukungan, semangat kasih sayang, perhatian serta doa sehingga segala hambatan dapat dilalui dengan lancar dan memotivasi penulis.
9. Terima kasih kepada Desi, Nita, Ilyas, alm. Andrew, Ishak yang memberikan semangat dan dorongan kepada saya di saat saya lelah di dalam mengerjakan skripsi ini.
10. Terima kasih kepada seluruh teman-teman S1 Manajemen 2008 UPN Veteran Jakarta lokal A : Nazar, Irfan, Sugeng, Adrian, Budi, Reza, Toni, Amir, Imam, Koko, Dwi hadi dan lokal B : Agun, Joko, Kodim,, Bayu, Azoy, Naroy, eko prih, Afif, Pandu, Oki, yang telah memberikan dukungan moril sehingga dapat terselesaikan nya skripsi ini.
11. Semua teman teman manajemen : Dicko, Dimas, Dicky, Muni yang telah membantu memberikan semangat kepada penulis yang tidak dapat penulis sampaikan satu persatu.
12. Mentor saya Kak lala dan semua anak groove : Andre, Alfina, Ester, Cilla, Jason, Wulan, Alvin, Marvin, Bayu.

Penulis menyadari bahwa dalam usulan penelitian ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan. Akhir kata penulis berharap usulan penelitian ini dapat bermanfaat dalam menambah wawasan pengetahuan bagi semua pihak.

Jakarta, Maret 2013

Theo Rustanto

PRAKATA

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat dan hidayah-Nya, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan untuk memperoleh gelar sarjana. Judul yang di pilih dalam skripsi ini adalah ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN DAN BRAND IMAGE TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN MASKAPAI PENERBANGAN LION AIR”. Terimakasih penulis ucapkan kepada Bapak Drs.Nobelson,MM selaku pembimbing, yang telah memberi banyak saran dan juga masukan.

Disamping itu, penulis mengetahui bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu segala kritik dan saran yang bersifat membangun penulis terima untuk perbaikan skripsi ini.

Semoga karya ilmiah ini Bermanfaat

Jakarta, Maret 2013

Theo Rustanto



RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Jakarta pada tanggal 3 September 1989 dari Bapak Wiwik Janto dan Ibu Susana Oentoro, penulis merupakan putra tunggal. Tahun 2007 penulis lulus dari SMA Charitas Jakarta dan pada tahun 2008 masuk Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta. Penulis memilih Fakultas Ekonomi Program Studi S1 Manajemen tahun ajaran 2008-2012. Demikian daftar riwayat hidup penulis dibuat dengan sebenar benarnya.



DAFTAR ISI

Halaman sampul	i
Pernyataan Orisinalitas	ii
Abstrak	iii
Pernyataan persetujuan publikasi	v
Halaman judul	vi
Pengesahan	vii
Berita Acara komprehesif	viii
Persembahan	ix
Prakata	xi
Riwayat Hidup	xii
Daftar Isi	xiii
Data Tabel	xv
Daftar gambar	xvi
Daftar Lampiran	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Perumusan Masalah	4
I.3 Tujuan Penelitian	4
I.4 Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
II.1 Hasil penelitian terdahulu	6
II.2 Landasan Teori	6
II.2.1 Pengertian Pemasaran	6
II.2.2 Jasa	7
II.2.3 Harga	9
II.2.3 Kualitas Pelayanan	11
II.2.4 Brand image	15
II.2.3 Pengertian Brand (Merek)	15
II.2.3.1 Tingkatan Merek	17
II.2.3.2 Syarat-Syarat Merek	17
II.2.3.3 Dimensi Merek	18

II.2.3.4	Manfaat merek	19
II.2.3.5	Strategi Merek	21
II.2.4	Pengertian Loyalitas Konsumen	21
II.2.4.3	Hal Penting Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen	22
II.2.4.4	Hubungan Antara Kepercayaan Dan Loyalitas	23
II.2.4.5	Bagaimana Sikap Terbentuk	23
II.2.4.6	Pengertian Maskapai Penerbangan	25
II.3.	Pengembangan Hipotesa	25
II.4	Kerangka Pemikiran	25

BAB III METODE PENELITIAN

III.1	Definisi Operasional	27
III.2	Teknik Penentuan Sampel	30
III.2.1	Populasi	30
III.2.2	Sampel	30
III.3	Teknik Pengumpulan Data	31
III.4	Teknik Analisis Data	32
III.4.1	Analisis regresi berganda	32
III.4.2	Uji Reliabilitas dan Validitas	35

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

IV. 1.	Deskripsi Obyek Penelitian	37
IV. 2.	Deskripsi Hasil Penelitian.....	40
IV. 3.	Analisis Data dan Uji Hipotesis	42
IV. 3.1.	Pengujian Sub Struktur 1	43
IV. 3.2.	Prngujian Sub Struktur 2	47
IV. 3.3.	Prngujian dengan Model trimming	49
IV. 3.3.1	Hubungan Kausal Empiris Sub struktur 2	52
IV. 3.4.	Pembahasan	53

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

V.1.	Kesimpulan	54
V.2.	Saran	55

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Pengukuran Variabel	29
Tabel 3.2. Kisi-Kisi Instrumren	33
Tabel 3.3. Skala pengukuran	33
Tabel 3.4. 2. Tingkat Reliabilitas	40
Tabel 4.1. Case Processing Summary	40
Tabel 4.2. Reliability Statistics	40
Tabel 4.3. Item Total Statistics	41
Tabel 4.4 Anova Model Sub Struktur 1	43
Tabel 4.5. Coefficients model 1 sub struktur 1	44
Tabel 4.6. Summary model sub struktur 1	44
Tabel 4.7. Coefficient model 2 sub struktur 1	46
Tabel 4.8 Summary Model 2 Sub Struktur 1	46
Tabel 4.9. Anova model 1 sub struktur 2	45
Tabel 4.10 Anova Model Sub Struktur 1	47
Tabel 4.11. Coefficients model 1 sub struktur 2	48
Tabel 4.12. Summary model 1 sub struktur 2	49
Tabel 4.13. Anova model 2 sub struktur 2	49
Tabel 4.14 coefficient Model 2 Sub Struktur 2	50
Tabel 4.15. Summary model 2 sub struktur 2	51
Tabel 4.16 Tabel dekomposisi	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Elemen Brand Equity Versi DAVID AAKER	18
Gambar 2.2 model sikap tiga komponen	18
Gambar 2.3 Teori Pembentukan Sikap Rosenberg	22
Gambar 2.4 Model multi Atribut fishbein	22
Gambar 4.1 Hubungan Sub Struktur X1 dan X2 terhadap X3	45
Gambar 4.2 Hubungan Kausal empiris sub struktur 1 variabel x2 terhadap x3	52
Gambar 4.3 Sub struktur 2	50
Gambar 4.4 Hubungan kausal empiris sub struktur 2 variabel x1,x3 terhadap Y	55



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Hasil Kuisisioner
- Lampiran 2 Regression
- Lampiran 3 kuesioner
- Lampiran 4 Surat Riset
- Lampiran 5 Kartu Monitoring

