

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Richa Dewi Puspitasari

Nomor Mahasiswa : 20130410427

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul “**Pengaruh Kewajaran Harga, Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengguna Maskapai Lion Air Di Yogyakarta**” tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka.

Yogyakarta, 21 Maret 2017

Richa Dewi Puspitasari

MOTTO

“ Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah nasib suatu kaum hingga mereka
mengubah diri mereka sendiri”

(Q.S. Ar-Ra'd:11)

“Apabila telah datang pertolongan Allah dan kemenangan...”

(Q.S. An-Nashr: 1)

Jangan bertumpu pada satu titik saja tapi carilah hal yang lain juga.

(Richa Dewi Puspitasari)

“Mulailah setiap hari dengan senyuman dan akhiri dengan senyuman”

(W.C. Field)

PERSEMBAHAN

Keberhasilan akan datang untuk orang-orang yang mau berusaha.

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kelancaran dan kemudahan dalam menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih untuk orang tua yang tiada hentinya memberikan doa dan semangat dalam segala hal sampai ananda sebesar ini. Untuk kedua kakakku dan keponakanku abay dan rafa yang memberikan semangat serta motivasi.

Terimakasih untuk sahabat sekaligus keluarga Teletubies yang selalu siap membantu dan ada disetiap keluh kesahku (Rizka, Yani, Manda, Putri, Doni). Sahabat 7th ku. Terimakasih untuk teman seperjuangan Atriana hasim, adek manis yang selalu mendengarkan segala cerita ku. Sylvia fajri yang keibuan dan dewasa. Olyvia windi yang selalu menemani dan berjuang bersama. Lieona faradila yang selalu menemani dan berjuang bersama.

Untuk segala yang terlibat dan membantu dalam terselesaikannya tugas akhir ini.

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kewajaran harga, citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan pada maskapai penerbangan Lion Air di Yogyakarta. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu 120 sampel dengan menyebarkan kuesioner kepada pengguna maskapai Lion Air yang telah memenuhi kriteria. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis SEM.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua variabel berpengaruh positif tetapi tidak semua berpengaruh signifikan. Variabel kewajaran harga, kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan tidak berpengaruh secara signifikan. Dengan kewajaran harga terhadap loyalitas pelanggan nilai *P-value* sebesar 0,238 dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan nilai *P-value* sebesar 0,155. Karena nilai kedua *P-value* lebih besar dari 0,05 maka kedua hipotesis tersebut tidak signifikan. Kewajaran harga terhadap kepuasan pelanggan signifikan dengan nilai *p-value* sebesar 0,008, citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan signifikan dengan *P-value* ***, dan citra perusahaan terhadap loyalitas signifikan dengan nilai *P-value* sebesar 0,005. Karena nilai *P-value* lebih kecil dari 0,05 maka ketiga hipotesis tersebut signifikan.

Kata kunci: Kewajaran harga, citra perusahaan, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of price fairness, corporate image on customer satisfaction and customer loyalty on user of the Lion Air in Yogyakarta. The samples used in this study is 120 samples with deploy the questionnaire to the user the Lion Air that meets the criteria. Analysis of data in this study uses the analysis SEM.

*The result indicated that all variabels is positif effect, but not all have a significant effect. Variabel price fairness have no effect signifikan. With price fairness on customer loyalty P-value is 0,238 and customer satisfaction on customer loyalty P-value is 0,155. Because the second value P-value bigger than 0,05. Then, two hypothesis is not significant. Price fairness on customer satisfaction significant with P-value is 0,008, corporate image on customer satisfaction significant with P-value is ***, and corporate image on customer loyalty significant with P-value is 0,005. Because P-value is less than 0,05 the third hypothesis is significant.*

Keywords: Price fairness, corporate image, customer satisfaction, customer loyalty

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum. Wr. Wb

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Kewajaran Harga, Citra Perusahaan, Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Pengguna Maskapai Penerbangan Lion Air di Yogyakarta”. Penulisan skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Bapak Dr. Nano Prawoto, S.E., M.Si
2. Bapak Sutrisno Wibowo S.E., M.M selaku pembimbing yang dengan penuh kesabaran membimbing dan memberikan masukan dalam penyelesaian tugas akhir ini.
3. Ayah dan Ibu serta kedua Kakak yang senantiasa memberikan motivasi dan perhatian sehingga terselesaikannya tugas akhir ini.
4. Teman-teman yang telah meluangkan waktunya untuk berdiskusi dan memberikan masukan demi terselesaikannya tugas akhir ini.

5. Semua pihak yang terlibat dalam memberikan kemudahan, masukan dan semangat dalam proses penyelesaian tugas akhir ini.

Penulis menyadari banyak kekurangan dalam terselesaikannya skripsi ini. Sehingga, segala bentuk saran dan kritik yang membangun sangat diterima dari semua pihak.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 21 Maret 2017

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
INTISARI	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Kerangka Teori	7
B. Penelitian Terdahulu	17
C. Penurunan Hipotesis	19

D. Model Penelitian	24
BAB III METODE PENELITIAN	26
A. Objek dan Subjek Penelitian	26
B. Jenis Data	26
C. Teknik Pengambilan Sampel	26
D. Teknik Pengumpulan Data	28
E. Definisi Operasional & Variabel Penelitian	28
F. Uji Kualitas Instrumen	30
G. Uji Analisis Data	31
BAB IV HASIL PENELITIAN	35
A. Gambaran Umum Objek/Subjek Penelitian	35
B. Uji Kualitas Instrumen	38
C. Hasil Penelitian	39
D. Pembahasan	54
BAB V SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN	59
A. Simpulan	59
B. Keterbatasan Penelitian	60
C. Saran	60
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hubungan antara kepuasan dan loyalitas pelanggan	9
Tabel 3.1 Definisi Operasional	29
Tabel 3.2 Skala Penilaian	30
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas	38
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas	39
Tabel 4.3 Identifikasi Model	42
Tabel 4.4 Hubungan antar indikator dengan variabel	44
Tabel 4.5 Hasil Uji <i>Goodness Of Fit</i>	45
Tabel 4.6 Output <i>Modification Indices</i>	46
Tabel 4.7 <i>Goodness Of Fit</i> setelah modifikasi	47
Tabel 4.8 Hubungan Antar Variabel	48
Tabel 4.9 <i>Standardized Direct Effects</i>	53
Tabel 4.10 <i>Standardized Indirect Effects</i>	53
Tabel 4.11 <i>Standardized Total Effects</i>	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2 Model Penelitian	25
Gambar 4.1 Grafik Kriteria Responden	36
Gambar 4.2 Jenis Kelamin Responden	37
Gambar 4.3 Umur Responden	37
Gambar 4.4 Diagram Alur	40
Gambar 4.5 Model Pengukuran dengan SEM	41