

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Merek dengan Kepuasan Pelanggan sebagai variabel mediasi pada Penumpang Pesawat Maskapai Lion Air di Yogyakarta. Subjek dalam penelitian ini adalah para penumpang Pesawat Maskapai Lion Air di Yogyakarta. Dalam penelitian ini sampel berjumlah 135 responden yang dipilih dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Alat analisis yang digunakan adalah Analisis Regresi Linier Berganda, Analisis Path (*Path Analyze*), Uji t, dan Uji Sobel.

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan diperoleh hasil bahwa Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Citra Perusahaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Loyalitas Merek, selanjutnya Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Citra Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, selanjutnya Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Merek, dan Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Citra Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Merek dengan Kepuasan Pelanggan sebagai variabel mediasi.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Citra Perusahaan, Kepuasan Pelanggan, dan Loyalitas Merek.

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of Service Quality, Trustworthiness, and Corporate Image on Brand Loyalty with Customer Satisfaction as a mediation variable on Lion Air Airlines Passenger in Yogyakarta. Subjects in this study were passengers of Lion Air Airlines in Yogyakarta. In this study the sample numbered 135 respondents selected by using purposive sampling method. The analysis tools used are Multiple Linear Regression Analysis, Path Analysis (Path Analyze), Test t, and Test Sobel.

Based on the analysis that has been done, the result that the Quality of Service, Trust, and Corporate Image have a positive and significant impact on Brand Loyalty, then Quality of Service, Trust and Corporate Image have positive and significant impact to Customer Satisfaction, Subsequently Customer Satisfaction has positive and significant effect to Brand Loyalty, and Service Quality, Trust, and Corporate Image have a positive and significant effect on Brand Loyalty with Customer Satisfaction as mediation variable.

Keywords: Quality of Service, Trust, Corporate Image, Customer Satisfaction, and Brand Loyalty.