

## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, citra perusahaan, serta kewajaran harga terhadap kepuasan pelanggan yang berdampak pada minat beli ulang oleh penumpang maskapai Citilink.

Penelitian ini dilakukan kepada pengguna jasa maskapai penerbangan Citilink, di mana respondennya adalah seluruh pengguna jasa maskapai penerbangan Citilink yang pernah mengambil rute perjalanan Semarang-Jakarta atau Jakarta-Semarang sebanyak lebih dari 2 kali. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 138 responden, dengan metode pengumpulan data melalui kuesioner dan menggunakan metode pengambilan sampel yaitu *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan teknik analisis *Partial Least Square (PLS)* yang diestimasi dengan program SmartPLS 3.0.

Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa kualitas pelayanan, citra perusahaan, serta kewajaran harga memiliki pengaruh secara langsung maupun tidak langsung terhadap minat beli ulang melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. Faktor kepuasan pelanggan merupakan faktor yang paling mempengaruhi pengguna dalam melakukan pembelian ulang. Sehingga semakin tinggi kepuasan pelanggan seorang pengguna maka akan semakin tinggi pula minat beli ulang pengguna terhadap produk jasa tersebut. Manfaat dan kualitas yang dirasakan oleh pengguna terhadap produk sangat mempengaruhi keputusan pengguna melakukan pembelian ulang.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, Kewajaran Harga, Kepuasan Pelanggan, Minat Beli Ulang.