

ABSTRAK

Pada penelitian terdahulu sudah banyak yang meneliti terkait anteseden loyalitas pelanggan. Berdasarkan beberapa penelitian, masih ditemukannya kontroversi terkait hasil variabel yang digunakan, variabel yang dimaksud ialah kualitas layanan. Kontroversi hasil terdapat pada hubungan antara kualitas layanan yang berpengaruh langsung terhadap loyalitas. Didukung pula dengan data objek penelitian, yaitu maskapai Air Asia, yang mana terus mengalami penurunan jumlah penumpang hingga tahun 2018.

Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk melakukan analisis pengaruh dari kualitas layanan, ditambah dengan variabel kewajaran harga dan citra perusahaan terhadap loyalitas melalui kepuasan penumpang sebagai variabel *intervening* pada penumpang Air Asia sebagai objek penelitian. Jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 140 responden dengan kriteria responden pernah menggunakan layanan Air Asia minimal 2 kali penerbangan. Penelitian ini menggunakan teknik analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan alat analisis AMOS 22.0.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dari empat hipotesis yang diajukan, dua diantaranya diterima, yaitu kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan penumpang, dan kepuasan penumpang berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas. Sedangkan kewajaran harga dan citra perusahaan ditemukan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan penumpang.

Kata Kunci: Kewajaran Harga, Citra Perusahaan, Kualitas Layanan, Kepuasan Penumpang, Loyalitas