

SKRIPSI

**PENGARUH *SERVICE QUALITY, PERCEIVED
VALUE, BRAND IMAGE* DAN *CUSTOMER
SATISFACTION* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY*
MASKAPAI GARUDA INDONESIA DI KALANGAN
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS
TARUMANAGARA**



DIAJUKAN OLEH:

NAMA : MICHAEL CAHYANAPUTRA

NPM : 115150214

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA**

2019

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI
JAKARTA

HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : MICHAEL CAHYANAPUTRA
NPM : 115150214
PROGRAM/JURUSAN : S1/MANAJEMEN
KONSENTRASI : PEMASARAN
JUDUL SKRIPSI : *PENGARUH SERVICE QUALITY, PERCEIVED
VALUE, BRAND IMAGE DAN CUSTOMER
SATISFACTION TERHADAP CUSTOMER
LOYALTY MASKAPAI GARUDA INDONESIA DI
KALANGAN FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS TARUMANAGARA*

Jakarta, 23 Desember 2019

Pembimbing



(Tommy Setiawan Ruslin S.E., M.M.)

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

FAKULTAS EKONOMI

JAKARTA

ABSTRAK

- (A) MICHAEL CAHYANAPUTRA
- (B) PENGARUH *SERVICE QUALITY*, *PERCEIVED VALUE*, *BRAND IMAGE* DAN *CUSTOMER SATISFACTION* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MASKAPAI GARUDA INDONESIA DI KALANGAN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS TARUMANAGARA
- (C) xii +77 Halaman, 2019, tabel 19, gambar 10, lampiran 4
- (D) PEMASARAN
- (E) **Abstrak:** Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *service quality*, *perceived value*, *brand image*, dan *customer satisfaction* terhadap *customer loyalty* Maskapai Garuda Indonesia di kalangan Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara. Data yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 179 sampel dari konsumen Maskapai Garuda. Sampel diambil menggunakan teknik *Simple Random Sampling* dengan metode kuesioner dan teknik analisis data yang menggunakan pendekatan kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *service quality*, *brand image*, dan *customer satisfaction* dapat mempengaruhi *customer loyalty* secara positif.
Abstract: *The purpose of this research is to study the effect of service quality, perceived value, brand image, and customer satisfaction on customer loyalty. Garuda Indonesia airline at the Faculty of Economics, Tarumanagara University. The data used in this study were 179 samples from Garuda Airlines consumers. Samples were taken using Simple Random Sampling technique with a questionnaire method and data analysis techniques using quantitative. The results showed that service quality, brand image, and customer satisfaction can positively affect customer loyalty.*
- (F) Kata Kunci: customer loyalty, airplane, brand image,
- (G) Daftar Pustaka (2005-2018)
- (H) Tommy Setiawan Ruslin S.E., M.M.