

## ABSTRAK

PT. Garuda Indonesia merupakan salah satu perusahaan maskapai penerbangan yang menjadi salah satu pemain utama dalam industri penerbangan di Indonesia. Perusahaan ini menjadi salah satu maskapai penerbangan yang mengunggulkan kualitas pelayanannya dibandingkan dengan maskapai lainnya. Tentunya hal ini menjadi upaya Garuda Indonesia untuk selalu meningkatkan kualitas pelayanannya demi kepuasan konsumen dan loyalitas.

Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini ditujukan untuk mengetahui pengaruh pengaruh kualitas layanan penerbangan diantaranya *pre-flight*, *in-flight* dan *post-flight* terhadap kepuasan penumpang dan loyalitas dari penumpang Garuda Indonesia.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan analisis data deskriptif dan kausal. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala pengukuran ordinal sedangkan skala instrumen yang digunakan adalah skala likert. Responden yang diteliti dalam penelitian ini adalah orang-orang yang pernah menggunakan jasa penerbangan Garuda Indonesia dengan jumlah 400 orang responden dan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Non Probability Sampling* dengan menggunakan metode *purposif sampling*. Data yang terkumpul dari 23 pertanyaan kuesioner kemudian diolah dengan structural equation modeling (SEM) menggunakan aplikasi Smart PLS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *Pre-flight* terhadap Kepuasan Penumpang, *In-flight* terhadap Kepuasan Penumpang, *Post-flight* terhadap Kepuasan Penumpang dan Kepuasan Penumpang terhadap loyalitas dari Garuda Indonesia.

Untuk perbaikan, Garuda Indonesia dalam *pre-flight* harus meningkatkan informasi kepada konsumen mengenai penawaran diskon. Dalam variabel *in-flight* Garuda Indonesia harus meningkatkan kualitas layanannya agar melebihi ekspektasi konsumen. Dalam variabel *post-flight* Garuda Indonesia lebih menghargai komentar pelanggannya. Perusahaan Garuda Indonesia juga harus terus melakukan inovasi agar kualitas layanan *pre-flight*, *in-flight* dan *post-flight* sama memiliki kualitas yang sangat baik yang akan mempengaruhi kepuasan penumpang dan loyalitas.

Kata Kunci: PT Garuda Indonesia, PLS, Kualitas Layanan, Kepuasan Penumpang, Loyalitas