

ABSTRAK

Indonesia merupakan Negara kepulauan terbesar di dunia, sehingga membutuhkan pesawat komersial sebagai salah satu transportasi yang dapat menjadi tulang punggung pertumbuhan ekonomi. Di Indonesia terdapat dua jenis model bisnis pada maskapai yaitu maskapai *Full Service* dan maskapai *Low Cost Carrier*. Maskapai *Low Cost Carrier* menjadi pilihan bagi masyarakat Indonesia terutama maskapai Lion Air. Namun, dengan jumlah penumpang yang memimpin pasar, Lion Air masih sering mengalami masalah terkait *Service Quality*.

Rumusan masalah pada penelitian ini yaitu apakah *Airline Service Quality* berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction* dan berdampak terhadap *Word of Mouth*. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Airline Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction* dan dampaknya terhadap *Word of Mouth* pada maskapai Lion Air.

Dalam penelitian ini, landasan teori yang digunakan bersumber dari buku, *e-book*, dan jurnal internasional. Penelitian terdahulu dalam penelitian ini menggunakan sumber dari jurnal internasional yang seluruhnya terkait dengan objek penelitian yaitu maskapai penerbangan. Kerangka pemikiran pada penelitian ini terdapat tiga variabel independen yaitu *airline tangible*, *terminal tangible*, dan *empathy*, satu variabel mediator yaitu *customer satisfaction*, dan satu variabel dependen yaitu *word of mouth*. Terdapat empat hipotesis yang akan dijawab pada penelitian ini.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, sifat penelitian ini adalah konklusif, tipe penyelidikannya adalah kausal, keterlibatan peneliti adalah tidak mengintervensi data, berdasarkan unit analisis bersifat individual, *setting* penelitian adalah *non contrived setting*, dan berdasarkan waktu penelitian, penelitian ini bersifat *cross sectional*. Skala pengukuran yang digunakan adalah skala *likert*. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen di Indonesia yang pernah menggunakan Lion Air dengan jumlah sampel yang mewakili sebanyak 400 responden. Teknik samplingnya adalah *non probability sampling* dan *quota sampling*. Sumber data pada penelitian ini didapat dari data primer dan sekunder. Teknik analisis data dilakukan dengan teknik multivariat, *Structural Equation Modeling* (SEM) *Partial Least Square* (PLS), serta uji hipotesis dengan uji T secara parsial.

Hasil dari penelitian ini yaitu terdapat tiga hipotesis yang diterima dan satu hipotesis ditolak dari total empat hipotesis. Selanjutnya, berdasarkan temuan hasil penelitian yang dilakukan, disimpulkan bahwa pertanyaan penelitian telah terjawab sesuai dengan harapan peneliti. Rekomendasi dari penelitian ini adalah Lion Air harus memperbaiki *service quality*-nya agar tercipta *customer satisfaction* yang baik karena *customer satisfaction* pada Lion Air merupakan bagian yang paling penting untuk dikembangkan.

Kata kunci : *Airline Service Quality*, *Customer Satisfaction*, *Word of Mouth*