

ABSTRAK

Dengan bertambahnya mahasiswa Administrasi Bisnis Universitas Telkom dari tahun ke tahun dan mahasiswa yang berasal dari berbagai daerah baik dari daerah Bandung maupun dari daerah luar Bandung maka akan bertambah pula transportasi darat dan udara yang banyak digunakan oleh mahasiswa yang berada dari daerah luar Bandung. Dari beberapa mahasiswa Administrasi Bisnis yang berada dari luar daerah Bandung mereka pernah menggunakan jasa penerbangan Lion Air sebagai alternative transportasi mereka.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari *tangible*, *empathy*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, terhadap kepuasan pelanggan, dan aspek apa saja yang menjadi perbaikan untuk meningkatkan kualitas pelayanan jasa penerbangan Lion Air.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan analisis linear berganda. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Teknik dalam mengumpulkan data adalah wawancara, kuesioner dan studi kepustakaan. Pengambilan sampel menggunakan metode *non-probability sampling* dengan jenis *incidental sampling* dan responden sebanyak 100 mahasiswa Administrasi Bisnis Universitas Telkom yang pernah menggunakan jasa penerbangan Lion Air.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan pada maskapai Lion Air berada pada kategori baik dengan presentase sebesar 73,2%. Hasil hipotesis secara simultan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan presentase 60,4%. Hasil uji hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa *tangible* dengan presentase 15,45%, *responsiveness* dengan presentase 9,97 dan *assurance* dengan presentase 24,84% berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan