

ABSTRAK

Tingkat loyalitas penumpang sangat penting bagi maskapai apabila dilihat dari aspek *airlines service quality* dan *brand image* karena bertambahnya jumlah maskapai penerbangan Indonesia saat ini terutama maskapai LCC serta bertambahnya penumpang yang menggunakan jasa transportasi udara. Penelitian ini bertujuan guna mengetahui bagaimana dampak *airlines service quality* kepada *customer loyalty*, lalu dampak *brand image* kepada *customer loyalty* pada penumpang maskapai LCC, serta dampak *airlines service quality* dan *brand image* kepada *customer loyalty* kepada penumpang maskapai LCC. Metode yang dipergunakan dalam penelitian ini yakni metode kuantitatif serta non- probability sampling dengan purposive sampling kepada 385 responden yang pernah menggunakan tiga maskapai LCC yaitu Lion Air, AirAsia, dan Citilink. Analisis data dilakukan dengan analisis deskriptif, lalu uji asumsi klasik, lalu analisis regresi linear berganda, uji hipotesis parsial (uji T), uji hipotesis simultan (uji F), serta uji koefisien determinasi. Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa *airlines service quality* mempunyai dampak positif dan signifikan terhadap *customer loyalty*, sedangkan *brand image* memiliki dampak positif tapi tidak signifikan kepada *customer loyalty* penumpang maskapai LCC. Selain itu, hasil penelitian juga menunjukkan terdapat dampak *airlines service quality* (X1) dan *brand image* (X2) kepada *customer loyalty* (Y) sebesar 12,11%.

Kata Kunci: *Airlines Service Quality, Brand Image, Customer Loyalty, Low-cost Carrier*