

ABSTRAK

Maudy Astri, 2017; Pengaruh *Brand Trust* dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai *Intervening* (Survey pada pelanggan Lion Air di Terminal 1A Bandara Soekarno Hatta). Skripsi, Jakarta: Konsentrasi Manajemen Pemasaran, Program Studi Manajemen, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Tim Pembimbing: Dr. Mohamad Rizan SE, MM & Agung Kresnamurti Rivai P SE, MM.

Tujuan dari penelitian ini adalah: 1) Untuk mengetahui apakah *brand trust* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Lion Air. 2) Untuk mengetahui apakah *brand trust* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Lion Air. 3) Untuk mengetahui apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Lion Air. 4) Untuk mengetahui apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Lion Air. 5) Untuk mengetahui apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Lion Air. 6) Untuk mengetahui pengaruh *brand trust* terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai *intervening*. 7) Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai *intervening*.

Metode pengumpulan data menggunakan metode survey dengan instrumen berupa kuesioner. Objek penelitian ini adalah 250 responden yang menggunakan jasa maskapai Lion Air dalam waktu 6 bulan terakhir selama >3 kali. Teknis analisis data menggunakan Lisrel dan SPSS versi 24 untuk mengolah dan menganalisis data hasil penelitian.

Kata kunci: *Brand Trust*, Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan, *Airlines Industry*, Lion Air Indonesia.

ABSTRACT

Maudy Astri, 2017; *The Effect of Brand Trust and Service Quality on Customer Loyalty with Customer Satisfaction as Intervening (Survey on Lion Air Customers at Shuttle 1A Soekarno Hatta Airport)*. Skripsi, Jakarta: Marketing Management Concentration, Management Study Program, Department of Management, Faculty of Economics, State University of Jakarta. Advisory: Dr. Mohamad Rizan SE, MM & Agung Kresnamurti Rivai P SE, MM.

The purpose of this research are: 1) To determine whether brand trust affect to customer satisfaction on Lion Air. 2) To determine whether brand trust affect to customer loyalty on Lion Air. 3) To determine whether service quality affect to customer satisfaction. 4) To determine whether service quality affect to customer loyalty. 5) To determine whether customer satisfaction affect to customer loyalty on Lion Air. 6) To determine whether brand trust affect customer loyalty through customer satisfaction as intervening. 7) To determine whether service quality affect customer loyalty through customer satisfaction as intervening. In order to collecting data, this study using survey with questionnaire as it's instrument. Object of this study is 250 respondents who used Lion Air at least >3 in 6 last month. To analyze and process the data, this study use Lisrel and SPSS Ver.24.

Keywords: *Brand Trust, Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty, Airlines Industry, Lion Air Indonesia.*

