

ABSTRACT

This study observed antecedent of service quality, mediators of customer satisfaction and brand reputation, and dependent variable of brand loyalty. The crucial purposes of this study was inquiring whether service quality positively affected customer satisfaction, service quality positively affected brand reputation, customer satisfaction positively affected brand reputation, brand reputation positively affected brand loyalty, and customer satisfaction positively affected brand loyalty.

Data was collected in Adi Sutjipto Airport, Yogyakarta. In the preliminary test, researcher occupied 75 cases to test the construct validity, discriminant validity, and reliability of the instruments. Researcher used 340 cases in order to test the hypotheses.

In testing hypotheses, researcher utilized multiple regression analysis in SPSS 13. The results of the this study were service quality directly and positively affected customer satisfaction, service quality did not directly affect brand reputation, customer satisfaction directly and positively affected brand reputation, brand reputation positively and directly affected brand loyalty, and customer satisfaction did not positively and directly affect brand loyalty.

Keywords: service quality, customer satisfaction, brand reputation, brand loyalty, P.T. Garuda Indonesia

ABSTRAKSI

Penelitian ini mengamati kualitas jasa sebagai anteseden, kepuasan pelanggan dan reputasi merek sebagai mediator, dan loyalitas merek sebagai variable dependen. Tujuan utama dari penelitian ini adalah menyelidiki apakah kualitas jasa mempengaruhi kepuasan pelanggan secara positif, kualitas jasa mempengaruhi reputasi merek secara positif, kepuasan pelanggan mempengaruhi reputasi merek secara positif, reputasi merek mempengaruhi loyalitas merek secara positif, dan kepuasan pelanggan mempengaruhi loyalitas merek secara positif.

Data dikumpulkan di Bandar Udara Adi Sutjipto, Yogyakarta. Peneliti menggunakan 75 data untuk menguji validitas konstruk, validitas diskriminan, dan reliabilitas dari instrument pada preliminary test. Peneliti menggunakan 340 data untuk menguji hipotesis-hipotesis.

Peneliti menggunakan regresi berganda pada SPSS 13 untuk menguji hipotesis-hipotesis. Hasil dari penelitian ini adalah kualitas jasa mempengaruhi kepuasan pelanggan secara positif dan langsung, kualitas jasa tidak mempengaruhi reputasi merek secara langsung, kepuasan pelanggan mempengaruhi reputasi merek secara positif dan langsung, reputasi merek mempengaruhi loyalitas merek secara positif dan langsung, dan kepuasan pelanggan tidak mempengaruhi loyalitas merek secara langsung.

Keywords: service quality, customer satisfaction, brand reputation, brand loyalty, P.T. Garuda Indonesia