

PENGARUH BRAND IMAGE, KEPUASAN KONSUMEN DAN PERIKLANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET LION AIR (STUDI KASUS PADA MAHASISWA KEDOKTERAN UNIVERSITAS PRIMA INDONESIA)

Melissa Edwina Pangeran
Program Studi Manajemen
Faculty of Economy, Universitas Prima Indonesia

Abstrak

Dalam persaingan bisnis jasa transportasi udara yang semakin ketat, keputusan pembelian konsumen menjadi indikator penting yang dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti citra merek, kepuasan, dan efektivitas periklanan. Studi pada Lion Air menunjukkan bahwa meskipun memiliki jaringan luas dan harga kompetitif, minat konsumen relatif rendah dan tidak stabil dalam beberapa tahun terakhir. Hal ini dipengaruhi oleh citra merek yang kurang positif, tingkat kepuasan pelanggan yang belum optimal akibat berbagai keluhan layanan, serta periklanan yang kurang menarik dan informatif. Ketiga faktor tersebut secara bersama-sama berkontribusi pada melemahnya keputusan pembelian, sehingga penting untuk diteliti guna memahami dan meningkatkan daya saing serta kepercayaan konsumen, khususnya di kalangan yang kritis seperti mahasiswa. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Prima Indonesia yang pernah menggunakan Lion Air minimal dua kali, dengan jumlah populasi yang tidak diketahui secara pasti. Oleh karena itu, digunakan rumus Lemeshow untuk menentukan ukuran sampel dalam kondisi populasi tidak pasti, dengan teknik pengambilan sampel berupa accidental sampling, yaitu berdasarkan ketersediaan dan kesediaan responden. Perhitungan menggunakan tingkat kepercayaan 90% ($Z = 1,96$), estimasi maksimum ($p = 0,5$), dan tingkat kesalahan 10% ($d = 0,1$), sehingga diperoleh jumlah sampel sebanyak 96 responden. Kesimpulan penelitian ini menunjukkan bahwa brand image, kepuasan konsumen, dan periklanan masing-masing memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian kembali tiket Lion Air, serta secara simultan ketiga variabel tersebut juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kembali.

Kata Kunci: Brand Image, Kepuasan Konsumen, Periklanan, Keputusan Pembelian