

ABSTRACT

The research was conducted on water consumers in PT Utama Anugerah Arjuna travel service company. The population in this study were consumers of PT Utama Anugerah Arjuna who had used a number of airlines of 300 people. And by using the calculation of Slovin formula obtained the number of samples as many as 171 respondents with the sampling technique that is purposive sampling. Regression equation obtained is: $Y = 3,352 + 0,348X_1 + 0,464X_2 + 0,333X_3 + e$. The results of this study indicate that the variables of Service Quality, Financial Capability, and Brand Image have a simultaneous effect on consumer interest in using the Lion Air airline at PT Utama Anugerah Arjuna with the value of service quality variable 6,277 with the sig value. 0,000 so ($0,000 < 0,05$), the financial ability variable shows a tcount of 3,428 with a sig value. 0.001 so ($0.001 < 0.05$), and the Brand Image variable shows the value of tcount 3.270 with the value of sig. 0.001 so ($0.001 < 0.05$). The results of the F test obtained Fcount 30,111 with the value of sig. 0,000 so ($0,000 < 0,05$).

Keywords: Service Quality, Financial Capability, Brand Image and Interest

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan, kemampuan finansial dan brand image terhadap minat menggunakan maskapai lion air. Penelitian dilakukan pada konsumen lion air pada perusahaan jasa travel PT Utama Anugerah Arjuna. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen PT Utama Anugerah Arjuna yang pernah menggunakan maskapai lion air sejumlah 300 orang. Dan dengan menggunakan perhitungan rumus slovin diperoleh jumlah sampel sebanyak 171 responden dengan teknik pengambilan sampel yaitu purposive sampling. Diperoleh persamaan regresi yaitu : $Y=3,352+0,348X_1+0,464X_2+0,333X_3+e$. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Layanan, Kemampuan Finansial, dan Brand Image berpengaruh secara simultan terhadap minat konsumen menggunakan maskapai lion air di PT Utama Anugerah Arjuna dengan nilai t_{hitung} variabel kualitas layanan 6,277 dengan nilai sig. 0,000 sehingga ($0,000 < 0,05$), variabel kemampuan finansial menunjukkan nilai t_{hitung} 3,428 dengan nilai sig. 0,001 sehingga ($0,001 < 0,05$), dan variabel Brand Image menunjukkan nilai t_{hitung} 3,270 dengan nilai sig. 0,001 sehingga ($0,001 < 0,05$). Hasil uji F diperoleh F_{hitung} 30,111 dengan nilai sig. 0,000 sehingga ($0,000 < 0,05$).

Kata kunci: Kualitas Layanan, Kemampuan Finansial, Brand Image dan Minat