

## **ABSTRAK**

### **PERBEDAAN PENGARUH *IMAGE LOW COST CARRIER* TERHADAP MINAT BELI ULANG**

**Studi Kasus Pada Konsumen Maskapai Penerbangan Lion Air dan Mandala Airlines di PT. Mitra Persada Travelindo Jl. Pringgodani no.1 Mrican Baru, Yogyakarta**

**Aloysius Fatri Putranto**

**Universitas Sanata Dharma**

**Yogyakarta**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan pengaruh *image low cost carrier* terhadap minat beli ulang pada konsumen maskapai penerbangan Lion Air dan Mandala Airlines yang melakukan pemesanan tiket di PT. Mitra Persada Travelindo. *Image low cost carrier* diukur dengan persepsi konsumen mengenai layanan, fasilitas, dan harga. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden, di mana 50 responden untuk Lion Air dan 50 responden lainnya untuk Mandala Airlines. Sampel diambil dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Untuk pengujian instrumen dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Data yang diperoleh dari kuesioner diuji dengan menggunakan analisis varians dua jalan friedman. Berdasarkan hasil yang diperoleh dari tes friedman pada konsumen maskapai Lion Air dan Mandala Airlines. Pada maskapai Lion Air terdapat perbedaan pengaruh *image low cost carrier* dilihat dari persepsi konsumen mengenai layanan, fasilitas dan harga terhadap minat beli ulang. Pada maskapai Mandala Airlines juga terdapat perbedaan pengaruh *image low cost carrier* dilihat dari persepsi konsumen mengenai layanan, fasilitas dan harga terhadap minat beli ulang.

## **ABSTRACT**

### **EFFECTS OF IMAGE GAP OF LOW COST CARRIERS REPURCHASE INTENTION**

**A Case Study on Consumers of Lion Air and Mandala Airlines in PT. Mitra  
Persada Travelindo Jl. Pringgodani no.1 Mrican Baru, Yogyakarta**

**Aloysius Fatri Putranto  
University of Sanata Dharma  
Yogyakarta**

The aim of research was to identify whether there was any influence of image gaps of Low Cost Carriers on repurchase intention of consumers of Lion Air and Mandala Airlines who ordered tickets in PT. Mitra Persada Travelindo. Images of Low Cost Carriers were gathered by distribution questionnaire and analysed using Anova. Sampel were 100 respondents, that is 50 respondents for Lion Air and 50 respondents for Mandala Airlines. Samples were taken using purposive sampling method. The instruments were subjected to validity and reability test. Data were obtained from distribution kuesioner. Result showed that there were differences of influence of image on consumers' perception on service, facility and price. There were also differences in their influence on repurchase intention.