

Analisis pengaruh faktor-faktor kualitas dan harga terhadap kesetiaan pelanggan pada industri penerbangan domestik dengan menggunakan structural equation modeling

Paramitha Mansoer, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20284588&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor-faktor kualitas dan harga dalam mempengaruhi kesetiaan pelanggan dengan menggunakan Structural Equation Modeling (SEM). Pengambilan data dilakukan kepada pengguna traditional airlines dan low-cost carrier sebagai responden. Faktor-faktor kualitas dan harga yang digunakan dalam penelitian ini adalah penawaran penerbangan (offer of flights and destination), pengalaman pembelian tiket (ticket purchase experience), pengalaman di bandara (airport experience), pengalaman dalam penerbangan (flight experience), kehandalan layanan (service reliability) dan harga (price).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor yang terbukti mempengaruhi kesetiaan pelanggan pada pengguna traditional airlines adalah penawaran penerbangan (offer of flights and destination), pengalaman dalam penerbangan (flight experience) dan kehandalan layanan (service reliability). Sedangkan faktor-faktor yang terbukti mempengaruhi kesetiaan pelanggan pada pengguna low-cost carrier adalah pengalaman di bandara (airport experience), kehandalan layanan (service reliability) dan harga (price).

.....The purpose of this research is to identify factors that influence motivation of cycling by using Structural Equation Modeling (SEM). The data is taken from traditional airlines and low-cost carrier users. Factors used in this research are offers of flight and destination, ticket purchase experience, airport experience, flight experience, service reliability, and price.

The result of the research on traditional airlines users show that offers of flight and destination, flight experience, and service reliability positively influence customer loyalty. While the low-cost carrier users show that airport experience, service reliability, and price have the positive influence to customer loyalty.