

Analisis pengaruh e-quality terhadap online booking loyalties dalam pembelian tiket pesawat terbang (Studi kasus: Situs Maskapai Lion Air) = Analysis of e quality influence to the online booking loyalties for the purchasing of airline tickets (Case study : Lion air website).

Ahmad Ridha Muttaqien, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20346998&lokasi=lokal>

Abstrak

Skripsi ini membahas mengenai pengaruh kualitas jasa elektronik (E-quality) terhadap loyalitas, melalui nilai yang dirasakan (perceived value) dalam konteks pembelian tiket pesawat terbang secara online. Penelitian ini menjadikan situs pemesanan tiket pesawat Lion Air sebagai objek penelitian. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan teknik Structural Equation Model terhadap 136 data kuesioner yang diteliti.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Equality yang terdiri dari efficiency dan hedonic masing-masing terbukti secara positif dan signifikan mempengaruhi loyalitas melalui nilai yang dirasakan (perceived value). Begitu pula dengan efficiency dan hedonic sebagai dimensi dari e-quality secara signifikan terbukti memiliki korelasi positif satu sama lain.

Oleh karena itu, sebagai implikasi dalam sudut pandang manajerial, penelitian ini dapat dijadikan bahan masukan bagi perusahaan Lion Air untuk mengembangkan ecommerce perusahaan, terkhusus situs pemesanan tiket, agar mendapatkan loyalitas dari pelanggan terhadap maskapai tersebut.

.....

The focus of this study is about the impact of equality to customer Loyalty through Perceived Value in the context of online airline ticket purchase. This study make the Lion Air's flight booking website as the research object. This study use Stuctural Equation Model as the data processing through 136 questionnaire data were examined.

The result of this study show that E-quality that is divided by Efficiency and Hedonic are positive significant for Loyalty through Perceived Value. Similarly, efficiency and Hedonic as the dimensions of E-quality proven significantly have positive correlation each other.

Therefore, as the managerial implication, this study can be used as advice to the Lion Air as company to develop its e-commerce, especially flight ticket booking website, in order to obtain the costumer loyalty to the airline.