

Pengaruh nilai yang diterima konsumen dan reputasi etika terhadap loyalitas dengan kepuasan sebagai mediator pada pengguna maskapai Garuda Indonesia rute domestik = The impact of value received by customer and ethical reputation to increase loyalty on customer satisfaction as mediator in domestic route on passenger of Garuda Indonesia

Siti Ardhina Zulu, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20368300&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh nilai yang diterima konsumen dan reputasi etika terhadap loyalitas dengan kepuasan sebagai mediator pada pengguna maskapai Garuda Indonesia rute domestik. Selanjutnya penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh reputasi etika yang memoderasi positif nilai yang diterima konsumen terhadap kepuasan. Objek penelitian adalah Pengguna Maskapai Garuda Indonesia Rute Domestik. Penelitian dilakukan dengan metode survei kuesioner kepada 175 responden domisili Jabodetabek. Hasil penelitian menunjukkan bahwa reputasi etika mempengaruhi nilai yang diterima konsumen terhadap loyalitas dengan kepuasan sebagai mediator.

ABSTRACT

The purpose of this research is to determine the influence of value received by customer and ethical reputation on consumer satisfaction to increase customer loyalty. Furthermore, this research seeks to explore the role played by ethical reputation, in amplifying the positive impact of value received by customer on customer satisfaction. Object of this research is passenger of Garuda Indonesia in domestic routes. Survey responses derived from 175 respondents domicile in Jabodetabek. Results show ethical reputation perception about the organization amplify the impact of customer value on customer satisfaction and eventually loyalty.