

Strategi peningkatan loyalitas pelanggan kereta api Indonesia = Strategy to increase customer loyalty on Indonesian railway

Syarafina Putri Fitharti, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20456237&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Kereta api adalah moda transportasi massal yang efektif untuk jarak jauh dan dekat serta memenuhi dan mengakomodasi seluruh aktivitas manusia. Namun, dengan kompetisi semakin kuat antara moda transportasi lainnya, peran loyalitas pelanggan sangat berpengaruh terhadap meningkatkan keuntungan perusahaan. Maka dari itu, PT Kereta Api Indonesia membutuhkan strategi yang kuat untuk meningkatkan loyalitas pelanggan Customer Loyalty . Dalam pembuatan strategi tersebut, diteliti pengaruh faktor Service Quality, Corporate Image, Complaint Handling, Trust, Perceived Value, dan Customer Satisfaction terhadap loyalitas pelanggan Customer Loyalty dengan menggunakan metode SEM. Selain itu, digunakan Importance-Satisfaction Analysis untuk mendapatkan action items beserta prioritas pelaksanaan untuk setiap action items. Penelitian ini mengambil studi kasus di Indonesia khususnya di Pulau Jawa, untuk tiga bahan kajian, yaitu Kelas Eksekutif, Kelas Bisnis, dan Kelas Ekonomi. Hasil dari penelitian ini merupakan strategi untuk meningkatkan loyalitas pelanggan Customer Loyalty PT Kereta Api Indonesia, sehingga dapat bersaing dengan moda transportasi lainnya yang ada di Indonesia.

<hr>

ABSTRACT

Indonesia Railway is an effective mass transportation mode for long distance or close distance and accommodate all human activities. However, with the intense competition between other transportation modes, customer loyalty has an important role for increasing corporate rsquo s profits. Therefore, PT Kereta Api Indonesia needs a strong strategy to increase customer loyalty. To create such strategy, this research examines the impact of Service Quality, Corporate Image, Complaint Handling, Trust, Perceived Value, and Customer Satisfaction factors on customer loyalty by using SEM method. Importance Satisfaction Analysis method is also used to obtain action items along with the execution priority of each action items. This research uses a study case in Indonesia, particularly in Java, on three objects, Executive Class, Business Class, and Economy Class. The research outcome can become a strategy for PT Kereta Api Indonesia in increasing customer loyalty, so that they can compete with other transportation modes in Indonesia.