

Dampak Kualitas Layanan dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan di Industri Air Cargo = The Effect of Service Quality and Brand Image in The Air Cargo Industry On Consumer Satisfaction And Loyalty

Terang Dyahning Maharani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920531939&lokasi=lokal>

Abstrak

Kargo udara menjadi satu-satunya bisnis yang bertahan di masa pandemi Covid-19 bagi perusahaan penerbangan khususnya Garuda Indonesia. Sebagian besar perusahaan penerbangan membuat strategi baru terkait bisnis kargo mereka dengan membentuk preighter atau mengubah pesawat mereka sepenuhnya menjadi pesawat kargo yang semakin meningkatkan persaingan antar maskapai di Indonesia. Garuda Indonesia, sebagai penguasa pasar kargo di Indonesia, baik domestik maupun internasional, perlu mempertahankan bisnisnya agar tidak tergantikan oleh maskapai lain. Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang jasa pengiriman barang dari pelabuhan ke pelabuhan, peningkatan kualitas pelayanan merupakan aspek penting untuk meningkatkan keunggulan bersaing dan citra merek merupakan faktor pendukung dalam penjualan, sehingga penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh pelayanan, kualitas dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan secara langsung dan tidak langsung dengan mediasi kepuasan pelanggan. Penelitian ini dianalisis dengan menggunakan metode SEM-PLS dan IPMA untuk melihat hubungan antar variabel. Hal ini berkontribusi pada perilaku pelanggan baik manajerial maupun teoritis melalui penelitian data empiris berdasarkan survei yang didistribusikan ke 118 perusahaan ekspedisi di wilayah Jabodetabek, yang bekerja sama dengan Garuda Indonesia Cargo. Melalui penelitian ini ditemukan bahwa perlu adanya peningkatan pelayanan berupa transaksi pembayaran yang aman dan promosi produk yang dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.

.....Air cargo is the only business that survived during the pandemic of Covid-19 for airline company especially Garuda Indonesia. Most of the airline companies made a new strategy related to their cargo business by forming preighters or converting their planes completely into cargo planes which further increased the competition between airlines in Indonesia. Garuda Indonesia, as the dominator of the cargo market in Indonesia, both domestically and internationally, needs to maintain its business so that it is not replaced by other airlines. As a company engaged in the service sector of delivering goods from port-to-port, improving service quality is an important aspect to increase competitive advantage and brand image is a supporting factor in sales, so this research is aimed to see the effect of service quality and brand image on customer loyalty directly and indirectly with the mediation of customer satisfaction. This study was analysed by using SEM-PLS and IPMA methods to see the relationship between the variables. It contributes to both managerial and theoretical customer behaviour through empirical data research based on surveys distributed to 118 freight forwarders in the Jabodetabek region, who cooperate with Garuda Indonesia Cargo. Through this research, it was found that there is a need for service improvement in the form of safe payment transactions and promotional products that can increase customer loyalty.