

Corporate Social Responsibility (CSR) dan Service Quality: Manakah yang Lebih Berpengaruh terhadap Customer Loyalty Maskapai Garuda Indonesia? = Corporate Social Responsibility (CSR) and Service Quality: Which One Plays a Greater Role in Garuda Indonesia's Customer Loyalty?

Kelvin Levi Martawidjaja, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920549956&lokasi=lokal>

Abstrak

Persaingan yang ketat dalam industri penerbangan di Indonesia membuat perusahaan berlomba untuk bertahan. Berbagai upaya dilakukan untuk mempertahankan loyalitas konsumen di tengah banyaknya pilihan maskapai penerbangan yang tersedia. Perusahaan melakukan kegiatan sosial dalam bentuk CSR sebagai strategi pemasaran. Upaya tersebut dapat mendukung keberlanjutan, meningkatkan citra perusahaan, dan memperkuat loyalitas pelanggan. Namun, mengandalkan kegiatan sosial saja tidak cukup untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. Dalam industri penerbangan yang sangat kompetitif, maskapai juga harus fokus pada kegiatan bisnis yang berhubungan dengan pelanggan, yang dipengaruhi oleh kualitas layanan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh kegiatan sosial dalam bentuk corporate social responsibility dan kegiatan bisnis dalam bentuk service quality terhadap citra perusahaan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan dari maskapai penerbangan di Indonesia. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, melalui penyebaran kuesioner secara online dan purposive sampling kepada 319 responden. Data diolah menggunakan perangkat lunak SPSS dan SmartPLS untuk uji hipotesis dengan metode analisis Structural Equation Modeling (SEM) dengan pendekatan Partial Least Square (PLS). Dari 27 hipotesis, terdapat 20 hipotesis yang diterima dengan hasil yang menyatakan bahwa terdapat hubungan langsung yang lebih besar antara kualitas layanan terhadap citra perusahaan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan dibandingkan dengan CSR perusahaan. Diantara kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan, elemen safety responsibility paling berpengaruh. Selain itu, didapatkan juga pengaruh mediasi dari citra perusahaan dan kepuasan pelanggan. Penelitian ini memberikan kontribusi kepada praktisi bisnis industri maskapai penerbangan di Indonesia untuk dapat mempertahankan konsumen melalui kegiatan yang harus dilakukan oleh perusahaan di tengah ketatnya persaingan.

.....To stay ahead in the competitive airline industry various efforts are done to maintain consumer loyalty amidst the numerous airline options available. Companies engage in social activities in the form of CSR as a marketing strategy. These efforts can support sustainability, enhance corporate image, and strengthen customer loyalty. However, relying solely on social activities is not enough to boost customer loyalty. In such a highly competitive aviation industry, airlines must also focus on business activities related to customers, which are influenced by service quality. Therefore, this study aims to examine the impact of social activities in the form of corporate social responsibility and business activities in the form of service quality on corporate image, customer satisfaction, and customer loyalty of airlines in Indonesia. This research uses a quantitative approach, distributing questionnaires online and employing purposive sampling to 319 respondents. The data is processed using SPSS and SmartPLS software to test hypotheses with the Structural Equation Modeling (SEM) analysis method using the Partial Least Square (PLS) approach. Out of 27 hypotheses, 20 were accepted, indicating a stronger direct relationship between service quality and

corporate image, customer satisfaction, and customer loyalty compared to the company's CSR. Among the CSR activities conducted by companies, safety responsibility has the most significant impact. Additionally, the mediating influence of corporate image and customer satisfaction was also identified. This study contributes to business practitioners in the Indonesian aviation industry to retain customers through activities that companies must take amid fierce competition.