

Loyalitas merek pada jasa penerbangan: suatu studi empiris

Kevin Sutanto, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20469971&lokasi=lokal>

Abstrak

Loyalitas konsumen merupakan elemen penting bagi keberlangsungan suatu usaha. Oleh karena itu, pemahaman akan faktor-faktor utama penentu loyalitas adalah penting. Dalam kaitannya dengan jasa penerbangan, khususnya AirAsia, beberapa peristiwa yang pernah terjadi pada AirAsia dapat mempengaruhi loyalitas konsumen terhadap maskapai tersebut. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menguji hubungan antar variabel, khususnya variabel-variabel yang mempengaruhi loyalitas merek seperti identifikasi pelanggan terhadap merek, kualitas layanan, nilai yang dipersepsikan, dan kepercayaan merek. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah metode sampling non-probabilitas. Kuisisioner disebarkan kepada 175 responden. Hasil kuisisioner yang diperoleh diteliti dengan menggunakan Structural Equation Modeling (SEM). Hasil analisis menunjukkan bahwa hanya nilai yang dipersepsikan yang tidak mempunyai hubungan yang signifikan dengan loyalitas.