

Analisis Peran Digital Innovation, Perceived Value, dan Loyalty Program terhadap Kesetiaan Pelanggan di PT. Garuda Indonesia = The Role of Digital Innovation, Perceived Value, and Loyalty Program on Customer Loyalty at PT. Garuda Indonesia.

Bayuaji Prasetyo, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20501810&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh dari Digital Innovation, Perceived Value, dan Loyalty Program terhadap Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan yang berdampak ke Kesetiaan Pelanggan di PT. Garuda Indonesia. Penelitian ini akan menggunakan perangkat lunak SmartPLS, untuk melihat hubungan dan tingkat signifikansi dari Digital Innovation, Perceived Value, dan Loyalty Program dalam mempengaruhi Kepuasan Pelanggan dan Kepercayaan Pelanggan. Kemudian juga akan dilihat hubungan dan besar pengaruh dari Kepuasan Pelanggan dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Kesetiaan Pelanggan di PT. Garuda Indonesia.

Data diambil berdasarkan jawaban kuesioner responden yang pernah terbang dengan Garuda Indonesia dan juga menjadi anggota GarudaMiles (Loyalty Program dari Garuda Indonesia). Hasil evaluasi menyatakan bahwa Digital Innovation mempunyai dampak yang signifikan terhadap kepuasan dan kepercayaan pelanggan setelah menghilangkan beberapa indikator. Perceived Value mempunyai dampak signifikan terbesar terhadap kepuasan dan kepercayaan pelanggan, dibandingkan dengan 2 variabel lainnya. Loyalty Program tidak mempunyai dampak yang signifikan terhadap kepuasan dan kepercayaan pelanggan. Hasil evaluasi juga menunjukkan bahwa kepuasan dan kepercayaan pelanggan mempunyai dampak yang signifikan terhadap kesetiaan pelanggan.

ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of Digital Innovation, Perceived Value, and Loyalty Program toward Customer Loyalty through Customer Satisfaction and Loyalty in PT. Garuda Indonesia. This research will be use PLS-SEM as software to observe the relationship and significance of variable Digital Innovation, Perceived Value, and Loyalty Program toward Customer Satisfaction and Customer Trust.

Which is finally, also observe the relationship and how significant the Customer Satisfaction and Customer Trust to influence the Customer Loyalty in Garuda Indonesia.

Data is taken from questionnaires from respondent which flying with Garuda Indonesia which also member of GarudaMiles (Loyalty Program of Garuda Indonesia). The result of the study shows Digital Innovation have significant influence on customer satisfaction and trust by removing some indicators. Perceived Value have the most significant influence on customer satisfaction and trust compare to other 2 variables. Loyalty Program doesn't have significant influence on customer satisfaction and trust. The result also show that customer satisfaction and trust have significant influence on customer loyalty.