

Analisis Kualitas Layanan Studio Blackbox terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Pendekatan Commitment-Trust Model = Analyzing Service Quality of Blackbox Studio on Customer Loyalty Using the Commitment-Trust Model

Khanza Salsabila Yusuf, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920577968&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan Studio Blackbox berteknologi XR di PT Produksi Film Negara (PFN) dengan menggunakan pendekatan Commitment-Trust Model. Penelitian ini juga mengevaluasi peran trust dan commitment sebagai variabel mediasi dalam hubungan tersebut. Kualitas layanan diukur berdasarkan lima dimensi SERVQUAL: tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Metode yang digunakan adalah mixed methods dengan pendekatan explanatory sequential design. Data kuantitatif diperoleh dari 54 responden melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan metode Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM), sedangkan data kualitatif diperoleh dari wawancara mendalam dan dianalisis secara tematik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap trust ($= 0.722$; $p < 0.05$) dan commitment ($= 0.685$; $p < 0.05$). Namun, kualitas layanan tidak berpengaruh langsung terhadap loyalitas, commitment terbukti memediasi pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas secara signifikan, sedangkan trust tidak berperan sebagai mediator yang signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa untuk meningkatkan loyalitas pelanggan harus disertai dengan strategi yang dapat menumbuhkan kepercayaan dan komitmen terlebih dahulu.

.....This study aims to analyze the effect of service quality on customer loyalty of the XR-based Blackbox Studio at PT Produksi Film Negara (PFN) using the Commitment-Trust Model approach. The study also evaluates the mediating roles of trust and commitment in this relationship. Service quality is measured based on the five SERVQUAL dimensions: tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy. The research adopts a mixed methods approach with an explanatory sequential design. Quantitative data were collected from 54 respondents through questionnaires and analyzed using Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM), while qualitative data were obtained through in-depth interviews and analyzed thematically. The results show that service quality has a positive and significant effect on trust ($= 0.722$; $p < 0.05$) and commitment ($= 0.685$; $p < 0.05$). However, service quality does not have a direct effect on loyalty. Commitment is proven to significantly mediate the effect of service quality on loyalty, while trust does not play a significant mediating role. These findings indicate that in order to enhance customer loyalty, strategies must first foster both trust and commitment.