

Райхана Даулай, Росвіта Хафні, Сатрія Мірсія Аффанді Насутіон, Джуфрізен, Мухаммад Ірфан Насутіон

Чинники, що впливають на довіру, задоволеність та лояльність: Тематичне дослідження лоукостерів Індонезії

Лоукостер – це авіакомпанія, яка пропонує нижчі тарифи, але з меншими витратами, жертвуючи деякою зручністю. Це дослідження має на меті краще зрозуміти чинники, що впливають на довіру, задоволеність та лояльність пасажирів до лоукостерів у Індонезії. Первинні дані були зібрані за допомогою Google Forms, яка була відправлена через WhatsApp; критерієм відбору було те, що респонденти раніше користувалися послугами індонезійських лоукостерів. З 300 респондентів, які отримали анкету, тільки 242 заповнили її відповідним чином. Дані були проаналізовані за допомогою програми SmartPLS та моделювання структурних рівнянь. Отримані результати показують, що якість обслуговування та імідж бренду позитивно й істотно впливають на довіру, задоволеність і лояльність пасажирів ($p < 0,05$). Довіра позитивно і значимо впливає на задоволеність ($p < 0,05$). Довіра й задоволеність позитивно і значимо впливають на лояльність ($p < 0,05$). Якість обслуговування та імідж бренду впливають на задоволеність через довіру ($p < 0,05$). Якість обслуговування та імідж бренду впливають на лояльність через задоволеність ($p < 0,05$), а довіра впливає на лояльність через задоволеність ($p < 0,05$).

Ключові слова: довіра, задоволеність, лояльність, лоукостер, SmartPLS, Індонезія

Класифікація JEL: M31, M39, L93