

Meningkatkan Customer E-Loyalty dan E-WOM: Peran Service Quality dan Customer Satisfaction Berbasis Elektronik dan Non-Elektronik (Studi Kasus Aplikasi PLN Mobile) = Enhancing Customer E-Loyalty through Electronic and Non-Electronic Based Service Quality and Customer Satisfaction and Its Impact on E-WOM (Case Study PLN Mobile Application)

Aji Lesmana, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920528933&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini menyelidiki hubungan antara enam konstruk : kualitas layanan elektronik, kepuasan pelanggan elektronik, kualitas layanan, kepuasan pelanggan, loyalitas elektronik, dan elektronik word-of-mouth (EWOM). Studi ini melibatkan total 452 responden yang merupakan pelanggan PLN dan telah menggunakan aplikasi PLN Mobile. Data yang dikumpulkan kemudian dianalisis menggunakan metode Partial Least Square (PLS). Temuan-temuan tersebut menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan elektronik dapat dipengaruhi secara langsung dan tidak langsung oleh kualitas layanan, serta secara tidak langsung oleh kualitas layanan elektronik. Baik kepuasan pelanggan maupun kepuasan pelanggan elektronik dapat memediasi pengaruh kualitas layanan dan kualitas layanan elektronik terhadap kesetiaan e-pelanggan. Oleh karena itu, PLN perlu memastikan tidak hanya penyediaan kualitas layanan (baik melalui aplikasi maupun personel lapangan), tetapi juga kepuasan pelanggan dengan layanan yang disediakan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan mendorong kesetiaan elektronik, mendorong pelanggan untuk terus menggunakan aplikasi PLN Mobile. Studi ini juga mengungkapkan bahwa kesetiaan e-pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap EWOM.

.....This study investigates the relationships among six constructs: e-service quality, customer e-satisfaction, service quality, customer satisfaction, customer e-loyalty, and electronic word-of-mouth (EWOM). The study employed a total of 452 respondents who are customers of PLN and have used the PLN Mobile application. The collected data was then analyzed using the Partial Least Square (PLS) method. The findings suggest that customer e-loyalty can be directly and indirectly influenced by Service quality, also indirectly by e-service quality. Both customer satisfaction and e-satisfaction could mediate the influence of service quality and e-service quality on Customer e-loyalty. Therefore, PLN needs to ensure not only the provision of service quality (both through the application and field personnel) but also customer satisfaction with the services provided in order to enhance customer satisfaction and foster electronic loyalty, encouraging customers to continue using the PLN Mobile application. The study also reveals that customer e-loyalty has a positive and significant influence on EWOM.