

Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan emosional dan dampaknya pada kualitas hubungan serta loyalitas pelanggan

Hutagaol, Partogi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=108955&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini secara empiris menguji tentang peranan kepuasan emosional di saat menerima suatu layanan. Secara khusus studi ini ingin meneliti hubungan antara kepuasan emosional dengan konsep-konsep kernel yang terlibat didalamnya seperti kualitas layanan, loyalitas pelanggan, dan kualitas hubungan. Untuk mengidentifikasi peranan kepuasan emosional dalam menduga kualitas hubungan dan loyalitas pelanggan maka dalam penelitian ini akan dilihat hubungan antara kualitas layanan, kepuasan emosional, kualitas hubungan dan loyalitas pelanggan.

Data yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari responden pengguna layanan sewa kendaraan pada perusahaan PT. Serasi Autoraya - TRAC Astra Rent A Car berkaitan dengan evaluasi tentang pengalaman mereka pada saat melakukan proses transaksi. Data yang diperoleh kemudian dilakukan analisis dengan menggunakan analisis regresi sederhana dan analisis regresi berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berasosiasi positif dengan kepuasan emosional dan kepuasan emosional berasosiasi positif dengan kualitas hubungan dan loyalitas pelanggan, demikian juga halnya kualitas hubungan berasosiasi positif dengan loyalitas pelanggan.

Basil penelitian ini menunjukkan secara tidak langsung tentang perlunya perusahaan layanan secara strategi memperhatikan hal-hal yang menjadi awal terbentuknya loyalitas pelanggan dan kualitas hubungan dalam rangka mempertahankan pelanggan dan pencapaian keuntungan jangka panjang.

This research empirically examined the role of emotional satisfaction in service encounters. Specially, this study seeks to investigate the relationship between emotional satisfaction and key concepts, such as service quality, customer loyalty, and relationship quality. To clarify the role of emotional satisfaction in predicting relationship quality and customer loyalty in doing so, this study uses relationship between service quality, emotional satisfaction, relationship quality, and customer loyalty.

Data used in this research is from the respondent of the customer of car rental company PT Serasi Autoraya - TRAC Astra Rent A Car concerning their evaluations of their transactions experiences. The collected data then analysis by using simple regression and multiple regression.

The result of this research shows that service quality positively associated with emotional satisfactions and emotional satisfaction positively associated with relationship quality and customer loyalty and also relationship quality positively associated with customer loyalty.

This finding implies the need for service firm to leverage strategically on the key antecedents of customer

loyalty and relationship quality in its pursuit of customer retention and long term profitability.</i>