

Pengaruh electronic customer relationship management (e-CRM) terhadap e-loyalty melalui e-satisfaction: studi pada website Garuda Indonesia = The effect of electronic customer relationship management (e-CRM) toward e-loyalty through e-satisfaction: study on website of Garuda Indonesia

Adi Kurnia, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20480127&lokasi=lokal>

Abstrak

Pada era teknologi seperti saat ini proses pemesanan tiket sudah mulai beralih secara online melalui website. Selain digunakan untuk pemesanan tiket, website merupakan saluran yang digunakan oleh perusahaan dalam meningkatkan hubungan dengan para pelanggan dengan menerapkan e-CRM. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh antara e-customer relationship management yang diterapkan pada website terhadap e-loyalty pelanggan Garuda Indonesia melalui e-satisfaction. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 pelanggan Garuda Indonesia yang berusia 18 tahun keatas, tinggal di wilayah Jabodetabek, memiliki keanggotaan Garuda Miles, dan pernah melakukan pembelian tiket Garuda Indonesia secara online melalui website Garuda Indonesia sebanyak lebih dari satu kali menggunakan teknik non-probability purposive sampling. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan analisis regresi, analisis multivariat dengan menggunakan analisis jalur dan sobel test untuk melihat pengaruh antar variabel baik secara langsung maupun tidak langsung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi electronic customer relationship management pada website Garuda Indonesia memiliki pengaruh yang kuat terhadap loyalitas (e-loyalty) melalui variabel kepuasan pelanggan (e-satisfaction).

In the technology era such as this time the ticket order process has shift to online via website. Apart from being used for ordering tickets, websites are channels used by companies in enhancing relationships with customers by applying e-CRM. The study was conducted to analyze influence between e-customer relationship management applied on a website against e-loyalty customers of Garuda Indonesia via e-satisfaction. The study used a quantitative approach by deploying questionnaires to 100 Garuda Indonesia customers, living in the Jabodetabek area, having a Garuda Miles membership, and has order Garuda Indonesia's ticket online more than one-time through Garuda Indonesia website. The data analysis technique used in the study is regression analysis, multivariate analysis by using path analysis and sobel test to see influence between variable directly and indirectly. Research results show that electronic customer relationship management management on Garuda Indonesia websites has strong influence on e-loyalty via e-satisfaction.