

Pengaruh Kualitas Teknologi Jasa Layanan Mandiri Setelah Terjadi Kegagalan dan Pemulihan Kegagalan Teknologi Jasa Layanan Mandiri Terhadap Pengalaman Pelanggan, Kepuasan Pelanggan, dan Intensi Untuk Membeli Kembali Pada Website Belanja Online = The Effect of Self-Service Technology Quality after Failure and Its Recovery on Online Shopping Experience, Satisfaction and Repurchase Intention

Unggul Kustiawan, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20493783&lokasi=lokal>

Abstrak

Tujuan - Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efek dari self-service technology quality setelah terjadi kegagalan dan pemulihannya pada pengalaman pelanggan, kepuasan dan intensi untuk membeli kembali pada saat melakukan online shopping.

Metode penelitian. Penelitian ini dilakukan pada dua kelompok pelanggan, pelanggan yang mempersepsikan kegagalan adalah tanggung jawab mereka serta yang mempersepsikan kegagalan adalah tanggungjawab online shopping website. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan melakukan survei pada konteks jasa online shopping. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner pada 200 responden, diambil dengan metode mall intercept. Metode analisis yang digunakan adalah partial least squares structural equation modeling.

Temuan - Hasil penelitian menjelaskan bahwa self-service technology setelah terjadi kegagalan dan pemulihannya mempengaruhi pengalaman dan kepuasan pelanggan. Kemudian, pengalaman pelanggan mempengaruhi kepuasan berbelanja online dan kepuasan berbelanja online mempengaruhi intensi untuk membeli kembali.

Implikasi - Hasil penelitian berimplikasi pada perusahaan yang membuka website belanja online untuk membangun strategi pemulihan dari kegagalan, meningkatkan kualitas dari self-service technology dan meningkatkan kualitas dari pengalaman pelanggan.

Orisinalitas/Nilai - Penelitian ini menggunakan expectation confirmation theory dan attribution theory pada efek dari self-service technology setelah terjadi kegagalan dan pemulihannya pada dua kelompok pelanggan, dimana dasar dari atribusi yang dilakukan adalah locus of failure responsibility.

Purpose - The purpose of this study is to examine the effect of self-service technology quality after failure and its recovery on online shopping experience, satisfaction, and repurchase intention.

Design/Methodology/Approach - This study involves two customer groups, a group who perceives the failure to be their own responsibility and the online shopping website responsibility. This study uses quantitative methods through surveys in the context of online shopping services. The research data were collected by self-administered questionnaires, which involved 200 respondents, taken with mall intercept method. The analytical method used is a model of partial least squares structural equation modeling.

Findings - The key findings of this research is self-service technology quality after failure and self-service technology recovery influence the online shopping experience and its satisfaction. Other findings are online shopping experience effect online shopping satisfaction, and online shopping satisfaction influence on its repurchase intention.

Practical implications - The findings of this research have implications for online shopping website

companies such as to develop a service failure recovery strategy, to improve the quality of self-service technology and customer experience.

Originality/Value - This study used expectation confirmation theory and attribution theory on the effect of self-service technology quality after failure and its recovery on two customer group, which based on attribution of the locus of failure responsibility.</i>