

Customer Participation in Service Process: Self-Service Technology Check-in = Partisipasi Pelanggan dalam proses layanan: Teknologi layanan check-in mandiri

Arya Maulana Wicaksana, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20524831&lokasi=lokal>

Abstrak

Dalam persaingan ketat di industri penerbangan, kepuasan dan loyalitas pelanggan sangat penting untuk memastikan kelangsungan dan keuntungan setiap perusahaan penerbangan. Pemanfaatan teknologi merupakan salah satu kunci untuk meningkatkan konsistensi dalam penyediaan layanan. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih baik tentang penggunaan Self Service Technology (SST) dan dampaknya terhadap Kepuasan Pelanggan dan hubungannya dengan Loyalitas Pelanggan, Behavioral Intention, dan Word of Mouth. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif (EFA) dan metode kuantitatif (CFA) dengan metode non-probability sampling untuk pengumpulan data dari responden menggunakan self-administered kuesioner yang dirancang pada dimensi Self-Service Technology Service Quality (SST). Responden dalam penelitian ini adalah penumpang yang memiliki pengalaman menggunakan Self-Service Technology. Secara total, data yang terkumpul sebanyak 472 sampel melalui penyebaran kuesioner online. Untuk menguji model struktural yang diusulkan, akan digunakan pemodelan persamaan struktural (PLS-SEM). Hasil penelitian ini mengungkapkan hubungan antara kualitas layanan SST, loyalitas, Behavioral Intention, dan word of mouth secara langsung dan tidak langsung melalui kepuasan pelanggan. Hasil ini memberikan wawasan tentang faktor-faktor yang terlibat dalam penggunaan SST dan dampaknya terhadap kepuasan pelanggan, loyalitas, niat perilaku dan dari mulut ke mulut untuk sektor layanan penerbangan di Indonesia untuk berinvestasi dalam Teknologi Self-Service untuk meningkatkan pengalaman konsumen.

.....In the fierce competition in the airline industry, customer satisfaction and loyalty are crucial to ensuring the survival and profits of every airline company. Technology utilization is one of the keys to improving consistency in service delivery. This study aims to provide a better understanding of the usage of Self-Service Technology (SST) and its impact on Customer Satisfaction and its relationship with Customer Loyalty, Behavioral Intention, and Word of Mouth. This research uses the qualitative method (EFA) and quantitative method (CFA) with a non-probability sampling method for collecting data from respondents using a self-administered questionnaire designed on dimensions of Self-Service Technology Service Quality (SST). The respondent in this research is passenger with experience of using Self-Service Technology. In total, the data has been collected 472 sample through online questionnaire distribution. To testing the proposed structural model, structural equation modeling (PLS-SEM) will be used. The results of this study reveal the relationship between SSTs service quality, loyalty, Behavioral Intentions, and word of mouth directly and indirectly via customer satisfaction. These results provide insights about factors involving in the usage of SST and its impact to customer satisfaction, loyalty, behavioral intention and word of mouth for the airline service sector in Indonesia to invest in Self-Service Technology to enhance the consumer experience.