

Pengaruh E-Service Quality dan E-Recovery Service Quality Pada Aplikasi Asuransi Digital Terhadap Customer Experience dan Customer Satisfaction Untuk Mendorong Customer Loyalty = The Impact of E-Service Quality and E-Recovery Service Quality on Digital Insurance Applications on Customer Experience and Customer Satisfaction to Encourage Customer Loyalty

Vania Rachma Putri, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920528465&lokasi=lokal>

Abstrak

Aplikasi Asuransi Digital muncul sebagai aplikasi yang berinteraksi dengan pelanggan perusahaan yang signifikan, berpotensi meningkatkan efisiensi layanan pelanggan sekaligus mengurangi biaya. Penelitian ini menerapkan kualitas layanan & kualitas layanan pemulihan dengan aplikasi asuransi digital untuk mengetahui pengalaman, kepuasan, dan loyalitas pelanggan terhadap aplikasi asuransi digital. Penelitian ini menggunakan variable efficiency, fulfilment, security, availability and compensation, responsiveness, contact sebagai konstruk dari e-service quality dan e-recovery service quality yang kemudian diteliti pengaruhnya terhadap Customer Experience dan Customer Satisfaction untuk mendorong Customer Loyalty. Analisis PLS-SEM dilakukan pada data yang diperoleh melalui kuesioner online yang disebar melalui jejaring sosial serta ikatan individu. Sebanyak 261 pengguna aplikasi asuransi digital menjadi responden dengan syarat bahwa mereka memiliki polis asuransi aktif dan telah menggunakan aplikasi asuransi digital untuk melakukan transaksi selama minimal 6 bulan terakhir. Hasil analisis menunjukkan bahwa faktor kualitas layanan dan kualitas layanan pemulihan berpengaruh positif terhadap pengalaman dan kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya memengaruhi loyalitas pelanggan. Temuan ini membuka wawasan baru tentang bagaimana loyalitas pelanggan terbentuk dalam industri asuransi.

.....Digital Insurance Application is emerging as a significant corporate customer-facing application, potentially increasing customer service efficiency while reducing costs. This study applies service quality & recovery service quality with digital insurance applications to determine customer experience, satisfaction, and loyalty to digital insurance applications. This study uses the variables efficiency, fulfillment, security, availability and compensation, responsiveness, contact as constructs of e-service quality and e-recovery service quality which are then examined for their effect on customer experience and customer satisfaction to encourage customer loyalty. An analysis using PLS- SEM was performed on information obtained from online questionnaires distributed through social networks and personal connections. The study included 261 customers of a digital insurance application World Health Organization met specific criteria: having an active insurance policy and conducting transactions on the digital insurance platform for at least 6 months. The analysis results revealed that service quality and service recovery significantly influence customer experience and satisfaction, ultimately leading to a positive impact on customer loyalty. These findings provide valuable new insights into customer loyalty within the insurance industry.