

E-tourism: Faktor dan Mediator yang Menciptakan Kepuasan dan Loyalitas = E-tourism: Factor dan Mediator That Creates Satisfaction and Loyalty

Nadya Meprista, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920532591&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk melihat pengaruh faktor dan mediator yang menciptakan kepuasan dan loyalitas pengguna layanan e-tourism. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pembentukan stimuli, pencarian informasi, evaluasi kualitas pelayanan, kepuasan, dan loyalitas. Tinjauan pustaka dilakukan untuk mengkaji teori dan penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan dengan topik penelitian. Data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner terhadap responden dengan metode judgment sampling, yaitu menentukan kriteria responden: 1) pernah menggunakan layanan e-tourism, 2) pernah membaca review, dan 3) termasuk dalam kelompok umur 18-35 tahun. Analisis data dilakukan menggunakan Structural Equation Modeling (SEM). Dari hasil CFA ditemukan bahwa variabel pembentukan stimuli tidak memenuhi uji reliabilitas model pengukuran sehingga variabel tersebut dikeluarkan dari model penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pencarian informasi mempunyai pengaruh langsung terhadap evaluasi kualitas pelayanan dan kepuasan, tetapi tidak berpengaruh langsung terhadap loyalitas. Evaluasi kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan dan kepuasan memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Dengan demikian, untuk menciptakan kepuasan dan loyalitas pengguna layanan e-tourism, penyedia jasa e-tourism sebaiknya memperhatikan kualitas informasi dan kualitas pelayanan yang ditawarkan kepada pelanggan.

.....This research examines the effect of Factors and Mediators that Creates Satisfaction and Loyalty of e-tourism's users. Variables used in this research is generation of stimulus, information search, evaluation of service quality, satisfaction, and loyalty. The literature review conducted to assess the theories and previous studies related to the research topic. Primary data was collected from questionnaire distributed to respondents used judgment sampling method, criteria of respondents: 1) used e-tourism service, 2) read a review in e-tourism service, and 3) included in the age group 18-35 years. This followed by an analysis of the data with Structural Equation Modeling (SEM). Results of the CFA showed that generation of stimulus do not meet the reliability test measurement model so that this variable were excluded from the research model. The results of research showed that information search has a direct influence on the evaluation of service quality and satisfaction, but has no direct effect on loyalty. Evaluation of service quality has direct effect on satisfaction and satisfaction has direct effect on loyalty. So, to creates satisfaction and loyalty of e-tourism's users, e-tourism service providers should pay attention to the quality of information and service quality that offered to users.