

Pengaruh Omnichannel Integration Quality Terhadap Customer Loyalty yang Dimediasi oleh Customer Engagement dan Relationship Program Receptiveness pada Industri Kecantikan = The Effect of Omnichannel Integration Quality on Customer Loyalty Mediated by Customer Engagement and Relationship Program Receptiveness in The Beauty Industry

Galuh Chynintya Rosita Puspaningdarmo, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920542378&lokasi=lokal>

Abstrak

Studi ini bertujuan untuk menganalisis hubungan omnichannel integration quality (OCIQ) terhadap customer loyalty (CL) dengan menggunakan customer engagement (CE) dan relationship program receptiveness (RPR) sebagai mediator pada industri ritel kecantikan. Data berasal dari 1043 responden yang didapatkan melalui survei online dan dianalisis menggunakan PLS-SEM. Kelima dimensi OCIQ memberikan pengaruh positif terhadap CE dan RPR. Assurance quality memiliki dampak paling signifikan terhadap CE dan RPR dibandingkan dimensi OCIQ lainnya. CE secara signifikan lebih memediasi nilai CL dibandingkan RPR. Studi ini membantu peritel yang menerapkan omnichannel untuk memahami cara memenangkan hati pelanggan dengan menyediakan layanan yang efisien, dapat dipercaya, meyakinkan, dan informasi yang terintegrasi.

.....This study aims to analyze the relationship between omnichannel integration quality (OCIQ) and customer loyalty (CL) using customer engagement (CE) and relationship program receptiveness (RPR) as mediators in the beauty retail industry. Data comes from 1043 respondents obtained through online surveys and analyzed using PLS-SEM. The five dimensions of OCIQ have a positive influence on CE and RPR. Assurance quality has the most significant impact on CE and RPR compared to other OCIQ dimensions. CE significantly mediates CL values more than RPR. This study helps retailers implement omnichannel to understand how to win customers' hearts by providing efficient, trustworthy, convincing, and integrated information services.