

Pengaruh E-Service Quality Terhadap Customer Loyalty: Peran Mediasi Customer Inspiration dan Customer Satisfaction (Studi Pada Pengguna GoFood Gen X dan Gen Y di Jawa) = The Influence of E-Service Quality on Customer Loyalty: The Mediating Role of Customer Inspiration and Customer Satisfaction (Study on Gen X and Gen Y GoFood Users in Java)

Marcel Aria Santoso, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920548976&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menilai pengaruh kualitas layanan elektronik (e-SQ) terhadap inspirasi pelanggan (CI) dan kepuasan pelanggan (CS), dan dampak dari inspirasi pelanggan terhadap loyalitas pelanggan (CL) pada platform pesan-antar makanan online, spesifiknya pada layanan GoFood. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menerapkan desain konklusif deskriptif dan jenis penelitian cross-sectional melalui penyebaran survei terhadap 100 responden yang merupakan penduduk Pulau Jawa, berusia di antara 20-40 tahun, serta pernah melakukan pemesanan melalui layanan GoFood setidaknya lebih dari satu kali selama 6 bulan terakhir. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan software IBM SPSS edisi 29 dan SmartPLS. Hasil menunjukkan CI sebagai hasil utama dari e-SQ dan sebagai perantara yang memengaruhi CL secara signifikan. CI memengaruhi CL dengan CS sebagai mediasi. Pemasar dapat menawarkan informasi yang relevan terkait beragam produk baru, ide, serta kelezatan makanan pada situs web dengan pesan yang terpersonalisasi dan iklan yang menciptakan CI. Pelanggan yang terinspirasi dan terpuaskan mungkin akan menggunakan kembali situs web tersebut dan menyediakan rekomendasi positif pada pelanggan lain, menciptakan loyalitas.

.....This study aims to assess the influence of e-Service Quality (e-SQ) on Customer Inspiration (CI) and Customer Satisfaction (CS), and the impact of Customer Inspiration on Customer Loyalty (CL) on an online food delivery platform, specifically the GoFood service. The research method uses a quantitative approach by applying a conclusive descriptive design and a cross-sectional type of study by distributing surveys to 100 respondents who are residents of Java Island, aged between 20-40 years, and have ordered through the GoFood service at least more than once in the last 6 months. Data processing is done using IBM SPSS version 29 and SmartPLS software. The results indicate that CI is a primary outcome of e-SQ and acts as a mediator that significantly influences CL. CI affects CL with CS as the mediator. Marketers can offer relevant information about various new products, ideas, and the tastiness of food on the website with personalized messages and advertisements that create CI. Inspired and satisfied customers are likely to reuse the website and provide positive recommendations to other customers, thereby creating loyalty.