

Pengaruh manajemen hubungan pelanggan terhadap keunggulan bersaing dengan loyalitas pelanggan sebagai mediasi: Studi pada pengguna fitur kecerdasan buatan dan otomatisasi di Bank Jago = The Influence of customer relationship management on competitive advantage with customer loyalty as mediation: Study on users of artificial intelligence and automation features at Bank Jago

Rilo Adiarsono Imanisidi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920565452&lokasi=lokal>

Abstrak

Perkembangan zaman yang semakin modern membuat perbankan digital harus memiliki strategi dalam manajemen hubungan pelanggan, agar terciptanya loyalitas pelanggan dan menghasilkan keunggulan bersaing sehingga dapat bertahan di tengah persaingan yang kompetitif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh manajemen hubungan pelanggan terhadap keunggulan bersaing melalui loyalitas pelanggan sebagai variabel mediasi pada pengguna fitur kecerdasan buatan dan otomatisasi di Bank Jago. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan cross-sectional. Teknik penarikan sampel non probability yaitu purposive sampling dengan jumlah sampel sebanyak 105 responden kepada nasabah Bank Jago yang menggunakan fitur kecerdasan buatan dan otomatisasi selama satu bulan secara konstan. Instrumen penelitian menggunakan kuesioner online melalui platform Google Form. Data dianalisis dengan menggunakan aplikasi Statistical Product and Service Solution (SPSS) dan Smart PLS dengan menggunakan model Partial Least Squares Structural Equation Modelling (PLS SEM). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan langsung dan tidak langsung antara manajemen hubungan pelanggan terhadap keunggulan bersaing melalui loyalitas pelanggan sebagai mediasi. Penelitian ini memberikan kontribusi kepada industri perbankan digital, akademisi, dan masyarakat untuk meningkatkan pelayanan terutama pada sisi teknologi di industri perbankan digital Indonesia sehingga manfaatnya dapat dirasakan oleh seluruh lapisan masyarakat.

.....The increasingly modern era demands that digital banking must have a strategy in customer relationship management to create customer loyalty and generate competitive advantage, enabling survival amid intense competition. This study aims to analyze the influence of customer relationship management on competitive advantage through customer loyalty as a mediating variable for users of artificial intelligence and automation features at Bank Jago. This research is quantitative with a cross-sectional approach. The sampling technique used was non-probability purposive sampling, with a total sample of 105 respondents who are Bank Jago customers utilizing artificial intelligence and automation features consistently for one month. The research instrument employed an online questionnaire through the Google Form platform. Data were analyzed using the Statistical Product and Service Solution (SPSS) and Smart PLS applications with the Partial Least Squares Structural Equation Modelling (PLS SEM) model. The results of this study show both direct and indirect relationships between customer relationship management and competitive advantage through customer loyalty as mediation. This research contributes to the digital banking industry, academia, and society to improve services, particularly on the technological side, in Indonesia's digital banking industry so that the benefits can be felt by all levels of society.