

**PENGARUH TEKNOLOGI PELAYANAN JASA INTERNET MANDIRI
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN RELATIONAL
BENEFITS SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Pada Jual-Beli
Online Melalui Tokopedia di Kabupaten Demak)**

FATHIYYAH RIZQI PRATIWI

(Pembimbing : DR Yohan Wismantoro, SE, MM)
Manajemen - S1, FEB, Universitas Dian Nuswantoro
www.dinus.ac.id
Email : 211201202603@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

Penerapan Teknologi Pelayanan Jasa Internet Mandiri berkembang cepat dalam menyediakan pelayanan jasa, akan tetapi dalam memahami kebutuhan dan kepuasan pelanggan masih sangat terbatas. Kertas kerja ini mengusulkan konseptual kerangka kerja yang menggunakan yang relasional benefit sebagai variabel penghubung antara internet-based self-service technology atributs dengan loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan. Penelitian ini menggunakan metode analisis kuantitatif. Sedangkan untuk pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan SEM (Structural Equation Modelling). Hasil dari penelitian ini adalah mengetahui pengaruh dari teknologi pelayanan jasa internet mandiri terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

Kata Kunci : Loyalitas Konsumen, Kepuasan Pelanggan, Manfaat Kepercayaan, Manfaat Perlakuan Khusus, dan attribute of ISST

The Influence of internet self-services technology of customer loyalty with relational benefits as variable intervening (study in Tokopedia online marketing in Demak Regency)

FATHIYYAH RIZQI PRATIWI

(Lecturer : DR Yohan Wismantoro, SE, MM)

Bachelor of Management - S1, Faculty of Economy & Business, DINUS University

www.dinus.ac.id

Email : 211201202603@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

Application of internet self-service technology rapidly growing in the provision of these services, however in understanding the needs and customer satisfaction is still very limited. This paper proposes conceptual framework using which relational benefit as variable intervening between internet-based self-service technology attributes with customer loyalty and customer satisfaction. The research use SEM (Structural Equation Modelling) for data processing. The results show that internet self-service technology influence to customer satisfaction and customer loyalty.

Keyword : Customer Loyalty, Customer Satisfaction, Confidence Benefits, Special Treatment Benefits, dan attribute of ISST