

Analisis pengaruh customer experience quality terhadap relationship quality untuk mendorong customer loyalty pada pelanggan asuransi kendaraan = The impact of customer experience quality on customer loyalty in motor vehicle insurance industry: The mediating role of relationship quality.

Andreas Imanuel, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20516563&lokasi=lokal>

Abstrak

Membangun hubungan yang berkualitas dengan pelanggan penting untuk memelihara loyalitas pelanggan terutama di industri jasa keuangan dan asuransi yang dicirikan sebagai industri yang sangat tidak berwujud dan kompleks. Namun, hanya ada sedikit penelitian yang meneliti peran kualitas hubungan dan hubungannya dengan pengalaman dan loyalitas pelanggan dalam pengaturan industri asuransi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pengalaman Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan dan peran mediasi Kualitas Hubungan dalam industri asuransi kendaraan bermotor. Penelitian ini menggunakan variable Environment, Frontline Personnel, Moment of Truth dan Product Offering sebagai konstruk formatif dari Customer Experience Quality. Kualitas hubungan diteliti dengan tiga variabel Trust, Satisfaction dan Commitment yang kemudian diteliti pengaruhnya terhadap Customer Loyalty. Analisis PLS-SEM dilakukan atas data yang dikumpulkan menggunakan kuesioner online yang disebar melalui jejaring sosial dan relasi pribadi. Sebanyak 225 pelanggan asuransi kendaraan bermotor dengan polis aktif menjadi responden dengan kriteria membeli polis maksimal 12 bulan terakhir menggunakan biaya pribadi dan pernah berinteraksi dengan perusahaan asuransi. Berdasarkan hasil analisis disimpulkan bahwa Customer Experience Quality tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, sehingga peran mediasi dari Relationship Quality khususnya unsur Satisfaction dan Commitment menjadi sangat penting agar perusahaan asuransi dapat membangun hubungan yang berkelanjutan dan memelihara loyalitas. Temuan ini menyoroti wawasan baru tentang perilaku pelanggan terhadap industri asuransi kendaraan bermotor.

.....Cultivating high-quality relationship with customers is important to nurture customer loyalty especially in the financial service and insurance industry which is characterized as a highly intangible and complex industry. However, there is only a dearth of research that examines the role of relationship quality and its relations with customer experience and loyalty in the insurance industry setting. The purpose of this study is to investigate the impact of Customer Experience Quality on Customer Loyalty and the mediating role of Relationship Quality in the motor vehicle insurance industry. . PLS-SEM analysis was conducted on the data collected using online questionnaires distributed through social networks and personal relationships. A total of 225 motor vehicle insurance customers with active policies became respondents with the criteria of having purchased the insurance policy at most during the last 12 months using personal fund and having interacted with insurance companies. Based on the results of the analysis, it is concluded that Customer Experience Quality has no significant impact on Customer Loyalty, thus highlighting the importance of the mediating role of Relationship Quality, especially the elements of Satisfaction and Commitment so that insurance companies can build sustainable relationships and maintain customer loyalty. These findings highlight new insights on customers' behavior towards the motor vehicle insurance industry.