

Pengaruh e-servqual e-marketing dan e-wom terhadap kepuasan pelanggan

Angga Widyatmoko¹, Gusti Noorlitaria Achmad², Mohammad Wasil³

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman, Samarinda.

¹Email: Angga.widyat@yahoo.co.id,

²Email: gusti.noorlitaria.achmad@feb.unmul.ac.id

³Email: Mohammad.wasil@feb.unmul.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah E-ServQual, E-Marketing dan E-Wom berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pengguna Traveloka di Universitas Mulawarman. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah E-ServQual, E-Marketing dan E-Wom. Sementara variabel terikat dalam penelitian ini adalah Kepuasan Pelanggan. Penelitian ini dilakukan pada pengguna Traveloka di Universitas Mulawarman yang terdiri dari 80 responden. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dan analisis deskriptif. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik sampel yang digunakan adalah teknik sampel nonprobabilitas. Analisis data dengan menggunakan regresi linear berganda. Sedangkan data sekunder dalam penelitian ini diambil dari berbagai literatur serta dokumen-dokumen yang relevan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa E-ServQual, E-Marketing dan E-Wom berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Kata Kunci: E-servqual; e-marketing; e-wom; kepuasan pelanggan

Effect of e-servqual e-marketing and e-wom on customer satisfaction

Abstract

This study aimed to test whether E-ServQual, E-Marketing and E-Wom to Customer Satisfaction on Traveloka user in Mulawarman University. Independent variables in this study is the E-ServQual, E-Marketing and E-Wom. Dependent variable is Customer Satisfaction. This research was conducted on Traveloka User in Mulawarman University consisting of 80 respondents. This type of research is quantitative research and descriptive analysis. Sampling technique use nonprobability sampling. Method of data collection using the questionnaire. Data analysis using multiple linear regression. While the secondary data in this research has taken from various literature and relevant documents. The results showed that E-ServQual, E-Marketing and E-Wom the positive and significant effect towards Customer Satisfaction.

Keywords: *E-servqual; e-marketing; e-wom; customer satisfaction*