

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh Konfigurasi Saluran Layanan, Integrasi Interaksi dan Kualitas Jaminan terhadap Keterlibatan Konsumen dan Loyalitas konsumen pada Uniqlo Indonesia. Penelitian ini dilakukan pada PT.Fast Retailing Indonesia (Uniqlo Indonesia), ukuran sampel pada penelitian ini adalah 200 responden yang telah memenuhi kriteria yaitu berusia diatas 17 tahun dan pernah mengunjungi toko daring dan luring Uniqlo serta pernah melakukan pembelian minimal 1 kali. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan teknik analisis data menggunakan analisis statistik deskriptif dengan pendekatan kuantitatif dan pengujian hipotesis menggunakan *partial least square structural equation model* dengan menggunakan software WarpPLS 7.0.

Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa konfigurasi saluran layanan dengan dimensi keleluasaan pilihan saluran layanan dan transparansi saluran layanan berpengaruh positif terhadap keterlibatan konsumen. Integrasi interaksi dengan dimensi konsistensi isi dan konsistensi proses berpengaruh positif terhadap keterlibatan konsumen. Sedangkan kualitas jaminan juga berpengaruh positif terhadap keterlibatan konsumen. Selain itu keterlibatan konsumen dengan dimensi kesadaran perhatian, antusiasme partisipan dan koneksi sosial berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen.

Kata Kunci: Konfigurasi Saluran Layanan, Integrasi Interaksi, Kualitas Jaminan, Keterlibatan Konsumen, Loyalitas Konsumen.

ABSTRACT

This study was conducted to determine the effect of channel service configuration, integrated interaction, assurance quality on customer engagement and customer loyalty at Uniqlo Indonesia. This research was conducted at PT. Fast Retailing Indonesia (Uniqlo Indonesia), the sample size in this study was 300 respondents who met the criteria for being over 18 years of age, had visited Uniqlo's online and offline stores and had made a purchase at least once. The sampling technique used was purposive sampling with data analysis techniques using descriptive statistical analysis with a quantitative approach and hypothesis testing using the partial least square structural equation model using software WarpPLS 7.0.

The results of this study indicate that the channel service configuration with the dimensions is breadth of channel service choice and transparency of channel service configuration has a positive effect on customer engagement. The integrated interaction with the dimensions is content consistency and process consistency has a positive effect on customer engagement. While assurance quality also has a positive effect on customer engagement. In addition, customer engagement with the dimensions is conscious attention, enthused participation and social connection have a positive effect on customer loyalty.

Keywords: *Channel Service Configuration, Integrated Interaction, Assurance Quality, Customer Engagement, Customer Loyalty*