

ABSTRAK

Pada tahun 2020, dunia dikejutkan dengan mewabahnya penyakit COVID-19. Untuk mengatasi dampak wabah COVID-19 tersebut, Pemerintah Indonesia membuat kebijakan tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar yang berlaku pada tanggal 31 Maret 2020. Dengan adanya pembatasan tersebut, sektor perbankan turut menerapkan strategi untuk meningkatkan layanan berbasis digital. Bank DKI juga menerapkan layanan berbasis digital melalui aplikasi Jakone Mobile serta melakukan pembaharuan pada Juni 2022. Pengguna Jakone Mobile mengalami peningkatan sebesar 71,90% di Juni 2022. Walaupun terjadi peningkatan, penilaian terhadap kepuasan pelanggan justru menurun. Penurunan peringkat ini disebabkan oleh getok tular elektronik yang disampaikan melalui wadah digital untuk distribusi aplikasi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan pada getok tular elektronik, pengaruh kepuasan pelanggan pada keterikatan pelanggan, dan pengaruh getok tular elektronik pada keterikatan pelanggan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode pengumpulan data yang digunakan yaitu survei kepada 225 responden. Analisis kuantitatif yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil penelitian uji hipotesis, didapatkan hasil bahwa variabel kepuasan pelanggan (X_1) memiliki pengaruh positif pada getok tular elektronik (X_2) dengan kontribusi variabel 61,2%. Variabel kepuasan pelanggan (X_1) juga memiliki pengaruh pada keterikatan pelanggan (Y) dengan kontribusi variabel sebesar 63,4%. Selain itu, getok tular elektronik (X_2) juga memiliki pengaruh pada keterikatan pelanggan (Y) dengan kontribusi sebesar 67,4%. Secara simultan, variabel kepuasan pelanggan (X_1) dan getok tular elektronik (X_2) berpengaruh signifikan keterikatan pelanggan (Y) dengan kontribusi variabel sebesar 73,5%.

Kata Kunci: Jakone Mobile, kepuasan pelanggan, getok tular elektronik, keterikatan pelanggan

ABSTRACT

In 2020, the world was shocked by the outbreak of COVID-19. To overcome the impact of the COVID-19 outbreak, the Indonesian Government created a policy regarding Large-Scale Social Restrictions which took effect on March 31 2020. With these restrictions, the banking sector also implemented strategies to improve digital-based services. Bank DKI also implemented digital-based services through the Jakone Mobile application and updated it in June 2022. Jakone Mobile users experienced an increase of 71.90% in June 2022. Even though there was an increase, the assessment of customer satisfaction actually decreased. This decrease in ranking was caused by electronic communication delivered via digital platforms for application distribution. The purpose of this research is to analyze the influence of customer satisfaction on electronic communication, the influence of customer satisfaction on customer engagement, and the influence of electronic communication on customer engagement. This research uses a quantitative approach with the data collection method used, namely a survei of 225 respondents. The quantitative analysis used is multiple linear regression analysis.

Based on the results of hypothesis testing research, the results showed that the customer satisfaction variable (X1) had a positive influence on electronic communication (X2) with a variable contribution of 61.2%. The customer satisfaction variable (X1) also has an influence on customer engagement (Y) with a variable contribution of 63.4%. Apart from that, electronic communication (X2) also has an influence on customer engagement (Y) with a contribution of 67.4%. Simultaneously, the variables customer satisfaction (X1) and electronic communication (X2) have a significant effect on customer engagement (Y) with a variable contribution of 73.5%.

Keywords: *Jakone Mobile, Customer engagement, Electronic words-of-mouth, Customer loyalty.*