

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan asisten percakapan otomatis (APO) pada aplikasi MyTelkomsel terhadap kualitas hubungan merek dengan konsumen melalui peran mediasi kepuasan konsumen. Model penelitian ini mencakup empat variabel utama: kualitas informasi, kualitas sistem, pengalaman penggunaan, dan kepuasan konsumen yang berimplikasi terhadap kualitas hubungan merek. Pendekatan kuantitatif digunakan dengan teknik survei sebagai metode pengumpulan data. Sampel terdiri dari 190 responden pengguna aktif aplikasi MyTelkomsel yang telah menggunakan asisten percakapan otomatis (APO) dalam enam bulan terakhir. Teknik *purposive sampling* diterapkan untuk menjaring partisipan yang sesuai dengan kriteria penelitian ini. Data dianalisis menggunakan metode *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). Hasil menunjukkan bahwa kualitas informasi, kualitas sistem, dan pengalaman penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Selain itu, kepuasan konsumen terbukti berpengaruh positif terhadap kualitas hubungan merek. Temuan ini menegaskan pentingnya optimalisasi aspek teknis dan pengalaman pengguna dalam pengembangan layanan asisten percakapan otomatis (APO) untuk memperkuat keterikatan dan loyalitas konsumen terhadap merek.

Kata kunci: Asisten Percakapan Otomatis, Kualitas Informasi, Kualitas Sistem, Pengalaman Penggunaan, Kepuasan Konsumen, Kualitas Hubungan Merek, PLS-SEM.

ABSTRACT

This study aims to analyze the impact of automatic conversational assistant (ACA) usage on the MyTelkomsel application on brand relationship quality through the mediating role of customer satisfaction. The research model encompasses four main variables: information quality, system quality, usage experience, and customer satisfaction, which are proposed to influence brand relationship quality. A quantitative approach was employed, utilizing a survey technique for data collection. The sample consisted of 190 active users of the MyTelkomsel application who had used the automatic conversational assistant (ACA) feature within the past six months. Purposive sampling was applied to ensure respondent relevance to the research criteria. Data was analyzed using the Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method. The results indicate that information quality, system quality, and usage experience have a positive and significant effect on customer satisfaction. Furthermore, customer satisfaction was found to have a positive influence on brand relationship quality. These findings underscore the importance of optimizing technical aspects and user experience in the development of automatic conversational assistant (ACA) services to strengthen consumer attachment and loyalty toward the brand.

Keywords: *Automatic Conversational Assistant, Information Quality, System Quality, Usage Experience, Customer Satisfaction, Brand Relationship Quality, PLS-SEM*