

ABSTRAK

Layanan berbasis aplikasi kini telah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat di kota-kota besar terutama JABODETABEK, perkembangan dari aplikasi yang dapat di unduh via *smartphone* tersebut kini semakin pesat. Salah satu layanan yang tengah mendapatkan perhatian masyarakat kini adalah Go-Mart, sebuah layanan pengantaran baru yang merupakan cabang layanan dari perusahaan Go-Jek, yang berperan sebagai *personal shopper* untuk membantu kebutuhan pembelanjaan sehari-hari setiap saat dibutuhkan hanya dalam sentuhan jari.

Studi sebelumnya meneliti pengaruh dari lima dimensi dalam kualitas layanan yaitu *Tangibility, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy* sebagai variabel independen terhadap kepuasan konsumen dalam pembentukan loyalitas konsumen yang dibagi menjadi dua jenis yaitu *Repurchase Intention* dan *p-WOM* dalam konteks supermarket konvensional atau *brick and mortar* di Turki (Kitapci *et al.*, 2013). Mengadaptasi dari penelitian tersebut, penulis menggunakan konteks berbeda yaitu sistem supermarket online dan menambahkan kemungkinan untuk menggunakan layanan-layanan lainnya dari perusahaan induk layanan atau *Exclusive Purchasing Intention* (Jones dan Taylor, 2007) sebagai sumbangan dalam penelitian yang mengambil objek perusahaan induk dengan banyak lini layanan ini, dan menelitinya dalam konteks supermarket online yaitu Go-Mart.

Temuan menunjukkan bahwa dari kelima dimensi dalam kualitas layanan, hanya dimensi *Empathy* yang memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan konsumen, dan ketiga jenis loyalitas yaitu *Repurchase Intention, Exclusive Purchasing Intention, dan p-WOM* dipengaruhi oleh kepuasan konsumen. Ditemukan pula efek positif dari *p-WOM* terhadap *Repurchase Intention*. Temuan ini sekaligus membuktikan bahwa sumbangan penulis dalam penelitian ini yaitu *Exclusive Purchasing Intention* turut dipengaruhi oleh *Customer Satisfaction* yang belum diteliti dalam penelitian sebelumnya. Penulis menawarkan implikasi manajerial dan saran untuk penelitian lebih lanjut.

Keywords: Dimensi kualitas layanan, kepuasan konsumen, loyalitas konsumen,

niat pembelian kembali, niat pembelian kembali secara eksklusif, *p-WOM*

ABSTRACT

Application Platform Based in service industry has begun to be a part of public's lifestyle in the productive cities, especially in JABODETABEK area. It is accessible for all the smartphone types and yet has a promising development in this era. Go-Mart, one of a service line application of Go-Jek Corporation, has taken the attention ever since the early years of development by taking role as a personal shopper to assist all the daily necessities in the modest attitude.

Previous study examining how service quality dimensions as an independent variabel (Tangibility, Reliability, Responsiveness, Assurance, and Empathy) influenced satisfaction and loyalty of customers (Repurchase Intention and p-WOM) in brick and mortar context in Turkey (Kitapci *et al.*, 2013). Adopting the study, the authors applied it in online supermarket context and added the customer's possibility to dedicate all of his or her purchases in a category to a particular service provider (Jones and Taylor, 2007) as a research gap, especially in the company with many service lines, and examined the study in the different context of supermarket, Go-Mart.

The finding showed that amongst all five of service quality dimensions, Empathy is the only important antecedent to Customer satisfaction, and also the satisfaction affects the results of customer loyalty such as Repurchase Intention, Exclusive Purchasing Intention, and Positive Word-of Mouth. In addition, the finding showed that Repurchase intention affected by Positive Word-of Mouth. It as well proves that Exclusive Purchasing Intention as the research gap also influenced by Customer Satisfaction, which has never been mentioned before. The authors offer managerial implication and give suggestion for further research.

Keywords: Service quality dimension, customer satisfaction, repurchase intention, exclusive purchasing intention, p-WOM