

ABSTRAK

INDAR YUNIARSIH, 20111077

PENGARUH *CUSTOMER ENGAGEMENT* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MELALUI *CUSTOMER SERVICE QUALITY* PADA PT. SENJANI TEKNO BOGA SURABAYA

Skripsi : Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, 2024

Kata Kunci : *Customer Engagement*, Kepuasan Pelanggan, *Customer Service Quality*, Mediasi, PT. Senjani Tekno Boga

Kepuasan pelanggan didefinisikannya sebagai evaluasi purna beli yang mana relatif dipilih melampaui harapan dari pelanggan atau konsumen atau jika tidak maka sekurang-kurangnya sama. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *customer engagement* terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Senjani Tekno Boga, dengan mempertimbangkan peran *customer service quality*. Dengan menggunakan metode survey, penelitian ini melibatkan 85 pelanggan aktif di wilayah surabaya.

Hasil analisis menunjukkan bahwa Hasil dari uji hipotesis menunjukan bahwa variabel *customer engagement* terhadap kepuasan pelanggan memiliki nilai t-statistic $10,319 > 1,96$ dan p-value $0,000 < 0,05$. *customer engagement* terhadap *customer service quality* memiliki nilai t-statistic $28,799 > 1,96$ dan p-value $0,000 < 0,05$. *customer service quality* terhadap kepuasan pelanggan memiliki nilai t-statistic $14,211 > 1,96$ dan p-value $0,000 < 0,05$. *customer engagement* terhadap kepuasan pelanggan melalui *customer service quality* memiliki nilai t-statistic $10,319 > 1,96$ dan p-value $0,000 < 0,05$. memediasi pengaruh *customer engagement* terhadap kepuasan pelanggan.

Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan *customer engagement* tidak hanya langsung meningkatkan kepuasan pelanggan, tetapi juga melalui peningkatan kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan. Dengan demikian, penelitian ini menyoroti pentingnya bagi PT. Senjani Tekno Boga untuk terus berupaya meningkatkan keterlibatan pelanggan dan kualitas layanan guna mencapai kepuasan pelanggan yang optimal.