ABSTRAK

YANTRIS CHRISTIANTO TALOIM, 21111056

PENGARUH *INFORMATION QUALITY*, *EASE OF USE*, DAN *RESPONSIVENESS CHATBOT* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* PADA PT POS INDONESIA DI SURABAYA

Skripsi : Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, 2025

Kata Kunci : *Information Quality, Ease of Use, Responsiveness, Customer Satisfaction, Chatbot, PT Pos Indonesia, VIDA*

Penelitian ini bertujuan untuk memahami pengaruh *Information Quality*, *Ease of Use*, dan *Responsiveness* terhadap *Customer Satisfaction* dalam menggunakan chatbot VIDA PT Pos Indonesia di Surabaya. Layanan *chatbot* merupakan bagian utama dari upaya transformasi digital dalam memberikan layanan publik yang lebih cepat dan efisien. Meskipun demikian, masih sedikit penelitian yang membahas sejauh mana penggunaan *chatbot* mampu meningkatkan *Customer Satisfaction* di sektor layanan publik.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode regresi linear berganda. Data diperoleh melalui pengisian kuesioner secara online oleh 97 responden yang pernah menggunakan *chatbot* dari PT Pos Indonesia. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Instrumen penelitian telah diuji untuk validitas dan realibilitasnya, serta dilakukan uji asumsi klasik sebelum masuk ke analisis regresi.

Penelitian ini menunjukkan bahwa secara individual, variabel *Ease of Use* dan *Responsiveness* memiliki dampak yang nyata terhadap tingkat *Customer Satisfaction*, tetapi variabel *Information Quality* tidak berpengaruh secara signifikan. Ketika dilihat secara bersamaan, ketiga variabel independen tersebut secara keseluruhan berdampak signifikan terhadap *Customer Satisfaction*. Nilai Adjusted R_2 yang diperoleh adalah 0,693, yang berarti sekitar 69.3% dari variasi *Customer Satisfaction* dapat dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian ini, disarankan kepada PT Pos Indonesia agar terus meningkatkan kemudahan dalam penggunaan dan responsivitas *chatbot*, serta meningkatkan kualitas informasi yang diberikan agar layanan digitalnya lebih optimal dan mampu memenuhi harapan pelanggan.