

**PENGARUH *E-CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT*,*E-SERVICE QUALITY* DAN *ONLINE VALUE CO CREATION*
TERHADAP *CONTINUANCE USE INTENTION*: SURVEY PADA
PENGGUNA WONDR**

THESIS



Oleh:

RITA FATMALA SARI

2220522084

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2025**

**PENGARUH *E-CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT*,*E-SERVICE QUALITY* DAN *ONLINE VALUE CO CREATION*
TERHADAP *CONTINUANCE USE INTENTION*: SURVEY PADA
PENGGUNA WONDR**

THESIS

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar Magister
Manajemen Pada Program Studi Magister Manajemen Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Universitas Andalas, Padang**



Oleh:

RITA FATMALA SARI

2220522084

Pembimbing I : Dr. Syafrizal, SE, M.Si

Pembimbing II : Dr. Dessy Kurnia Sari, SE, M.Bus

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2025**

Pengaruh *E-Customer Relationship Management*, *E-Service Quality* dan *Online Value Co-Creation* Terhadap *Continuance Use Intention*.

Rita Fatmala Sari, S.E.¹, Dr. Syafrizal, S.E., M.E.², Dessy Kurnia Sari
S.E., M.Buss, Ph.D.³

Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Andalas^{1,2,3}
rfritafatmala@gmail.com¹, ajosyafrizal@gmail.com², dessysari55@gmail.com³

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah mendorong sektor perbankan untuk berinovasi dalam layanan digital. Aplikasi Wondr sebagai bagian dari transformasi digital. Aplikasi ini memiliki berbagai fitur unggulan serta tantangan dalam mempertahankan pengguna untuk terus menggunakannya (*continuance use intention*). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *E-Customer Relationship Management* (E-CRM), *E-Service Quality* (E-SERVQUAL), dan *Online Value Co-Creation* terhadap *Continuance Use Intention* pengguna Wondr. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan *Structural Equation Modeling - Partial Least Square* (SEM-PLS). Data dikumpulkan dari 382 responden yang merupakan pengguna Wondr dengan teknik *probability sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa E-CRM dan E-SERVQUAL berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Continuance Use Intention*. Selain itu, *Online Value Co-Creation* yang mencakup *electronic word-of-mouth* (e-WOM) dan *helping behavior* juga berkontribusi secara positif terhadap niat keberlanjutan pengguna. Implikasi penelitian ini memberikan wawasan bagi perusahaan dalam meningkatkan strategi digital banking untuk mempertahankan loyalitas pengguna Wondr.

Kata Kunci: *E-Customer Relationship Management*, *E-Service Quality*, *Online Value Co-Creation*, *Continuance Use Intention*.

The Influence of *E-Customer Relationship Management*, *E-Service Quality*, and *Online Value Co-Creation* on *Continuance Use Intention*.

Rita Fatmala Sari, S.E.¹, Dr. Syafrizal, S.E., M.E.², Dessy Kurnia Sari
S.E., M.Buss, Ph.D.³

Master of Management, Faculty of Economics & Business, Universitas
Andalas^{1,2,3}

rfritafatmala@gmail.com¹, ajosyafrizal@gmail.com², dessysari55@gmail.com³

ABSTRACT

The rapid development of digital technology has encouraged the banking sector to innovate in digital services. Wondr is an application launched as part of digital transformation. This application offers various advanced features and challenges in retaining users for continuous usage (continuance use intention). This study aims to analyze the influence of E-Customer Relationship Management (E-CRM), E-Service Quality (E-SERVQUAL), and Online Value Co-Creation on the Continuance Use Intention of Wondr users. This research employs a quantitative method with a Structural Equation Modeling - Partial Least Square (SEM-PLS) approach. Data was collected from 382 respondents who are Wondr users using a probability sampling technique. The results indicate that E-CRM and E-SERVQUAL have a positive and significant impact on Continuance Use Intention. Additionally, Online Value Co-Creation, which includes electronic word-of-mouth (e-WOM) and helping behavior, also contributes positively to users' sustainable intention. The implications of this study provide insights for companies to enhance digital banking strategies to maintain user loyalty for Wondr.

Keyword: *E-Customer Relationship Management, E-Service Quality, Online Value Co-Creation, Continuance Use Intention.*