

ABSTRAK

Penggunaan teknologi ChatGPT sebagai sarana komunikasi pelanggan di platform e-commerce Lazada. ChatGPT adalah jenis kecerdasan buatan yang bisa mengerti dan merespons pertanyaan serta permintaan pelanggan secara efisien. Lazada menggunakan LazzieChat sebagai chatbot berbasis ChatGPT yang didukung oleh AI. ChatGPT ini terintegrasi dengan layanan Microsoft Azure OpenAI, yang memungkinkannya memberikan tautan produk dan deskripsi produk kepada konsumen. Dengan adanya ChatGPT ini, konsumen bisa mendapatkan informasi produk dan berbelanja dengan lebih mudah dan cepat.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi penilaian responden terhadap berbagai faktor *seperti customer experience, service quality, perceived value, familiarity* dan *comfort, gender, age*, serta *trust*, dan mengukur pengaruh masing-masing faktor tersebut terhadap *customer satisfaction* di Lazada. Penelitian ini juga bertujuan untuk menentukan seberapa besar pengaruh *customer experience, service quality*, dan *perceived value* terhadap *customer satisfaction*, serta mengevaluasi peran *familiarity* dan *comfort, gender, dan age* sebagai faktor moderasi dalam hubungan tersebut. Selain itu, penelitian ini akan mengukur pengaruh *trust* sebagai faktor mediasi dalam hubungan antara *customer experience, service quality*, dan *perceived value* dengan *customer satisfaction* di Lazada.

Metode penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif dengan menggunakan data primer dan sekunder. Selain itu terdapat teknik *probability sampling* dengan metode *simple random sampling* dengan penyebaran kuesioner 384 kuesioner kepada pelanggan Lazada yang menggunakan LazzieChat dan data akan dianalisis menggunakan SEM.

Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi platform Lazada dan pengembangan mengenai LazzieChat atau dapat memberikan wawasan mengenai LazzieChat untuk pengguna Lazada dan masyarakat lainnya.

Kunci: kepuasan pelanggan, pengalaman pelanggan, kualitas layanan, nilai yang dirasakan.