

Analisa penciptaan value pada transaksi mobile commerce dan peran moderasi dari time consciousness : studi kasus SMS Banking Mandiri dari PT Bank Mandiri Tbk.

Aiky Nugraha, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=126059&lokasi=lokal>

Abstrak

Skripsi ini membahas mengenai pembentukan value pada transaksi SMS Banking. Mandiri dimana pembentukan value disini menggunakan subk onstruk-subkonstruk dari masing-masing sisi benefit dan costs yang ada dalam transaksi berbasis mobile commerce tersebut. Selanjutnya tingkat value akan dihubungkan pada tingkat intention to use dari konsumen. Selain itu skripsi ini juga membahas peran moderasi yang dihasilkan oleh konstruk time consciousness yang dimiliki oleh kon sumen terhadap tingkat value yang dirasakan dari produk SMS Banking Mandiri.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif; yaitu wawa ncara mendalam kepada pihak PT. Bank Mandiri, Tbk.; serta metode kuantitatif; yaitu survey terhadap 50 responden pengguna layanan SMS Banking Mandiri. Analisa yang digunakan adalah analisa frekuensi, analisa faktor, transformasi data, dan regresi baik bivariat maupun multivariate.

Dalam skripsi ini membuktikan adanya pengaruh positif dari benefit terhadap value, pengaruh negative dari costs terhadap value dan pengaruh positif dari value terhadap intention to use. Selain itu skripsi ini memperlihatkan adanya pengaruh moderasi yang dihasil kan oleh time consciousness terhadap hubungan benefit dan value.

Saran dari penelitian ini adalah PT. Bank Mandiri, Tbk harus senantiasa meningkatkan value dari produk SMS Banking Mandiri, baik dengan meningkatkan benefit maupun menurunkan tingkat costs dari produk, sehingga dapat menumbuhkan keinginan dari konsumen untuk meng gunakan layanan tersebut. Khususnya pada segi benefit, harus lebih ditingkatkan karena dapat berefek lebih kuat apabila menyasar pada konsumen yang memiliki tingkat time consciousness yang tinggi.