

Strategi komunikasi pemasaran internet banking : analisa hubungan consumption value dan penggunaan internet banking pada program klik BCA

Dian Melani Setio Hati, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=74844&lokasi=lokal>

Abstrak

Industri di bidang jasa itu cukup bervariasi. Jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak terwujud. Salah satunya adalah Institusi keuangan atau bank yang merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa, di mana sifatnya adalah memberikan pelayanan dan kepuasan kepada nasabahnya. Jasa juga muncul pada internet.

Tidak hanya produk yang bersifat tangibel, atas produk yang bersifat intangibel seperti jasa ini tetap harus "ditouch" dengan strategi komunikasi yang baik. Sepatutnya keberhasilan strategi komunikasi itu juga mengacu pada nilai-nilai (consumption value) yang terkandung di dalam produk tersebut. Nilai-nilai tersebut mencakup nilai fungsional, nilai sosial, nilai emosional, nilai kondisional dan juga nilai epistemik. Begitu juga dengan keputusan nasabah dalam menggunakan produk Internet Banking.

Penulis dalam penelitian ini ingin mengetahui bentuk komunikasi yang sudah dijalankan oleh BCA dan ingin pula mengetahui hubungan antara consumption value yang dimiliki produk dengan keputusan penggunaan internet banking.

Metoda yang digunakan adalah analisis pendahuluan yaitu deskriptif dan analisa eksplanatif sebagai analisa lanjutan. Pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner untuk mengetahui sikap dan perilaku konsumen terhadap produk ini dan wawancara kepada pihak BCA untuk mengetahui strategi komunikasi yang telah dijalankan. Data diolah dengan program SPSS 11.5 dan dianalisa dengan tabel distribusi frekuensi untuk analisis deskriptif, sedangkan untuk keperluan analisis lanjutan, dilakukan analisis Pearson correlation dan Multiple Regre. Populasi penelitian adalah karyawan yang bekerja di Jakarta, usia produktif 20-50 tahun dengan jumlah sample 100 orang.

Teknik sampling menggunakan sampling probabilitas dengan menggunakan system Sampling cluster, yaitu peneliti membagi populasi berdasarkan wilayah pekerjaan di Jakarta, yaitu Jakarta Selatan, Jakarta Pusat, Jakarta Timur, Jakarta Utara dan Jakarta Barat.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa BCA sudah mendapat tempat bagi para penggunanya terlihat bahwa 100% pengguna produk ini mengetahui iklan atau publisitas yang dijalankan oleh BCA. Selain karena produk Internet Banking yang dikenal dengan Klik BCA mempunyai nilai fungsional dan nilai kondisional yang besar dimana nilai tersebut mempunyai hubungan yang positif terhadap penggunaan Internet Banking tersebut. Konsumen lebih melihat nilai kegunaan atau fungsinya dan juga nilai kondisional yang dimiliki oleh produk tersebut untuk mengkonsumsi produk ini disamping BCA memang giat dalam mempromosikannya dan sungguh-sungguh dalam menangani masalah keamanan bertransaksi.

<hr><i>Service Industry has many variations. Service is the activity that can be offered between one party to another and its very intangible. One of the example is financial institution , the company that has service product which is giving the best service to their client. Service is also shown in the internet industry .

Not only in the tangible product, the intangible product is also have to be touch by the perfect communication strategy. It should be depend on the consumption values that include in the product. The consumption values including fungsional value, social value, emotional value, conditional value, and epistemic value.

In this opportunity , the writer wants to know about the type of communication strategy that have been done by BCA and wants to know about the relationship between the consumption values and the consumer behavior.

The Method that used by the writer is descriptive analysis and explanative analysis. Survey is the way on this method.

Data is taken by questioners to know about the attitude and consumer behavior of this product. It also taken from the management of BCA by interview to know about the communication strategy that they have done.

Data is processed by software, named SPSS 11.5 and analyzed by the distribution frequency for descriptive analysis, and for the explanative analysis using the pearson's corellation coeficient, and the multiple regretion . The population if this research is the customer of bank BCA which has age between 20 -50 years old (productive age) with total sample is 100 persons. The technique of sampling is using cluster sampling analysis, it means the population is devided by the job area in Jakarta, such as Jakarta Barat, Timur, Selatan, Pusat and Utara.

The output if this research shows that BCA has been had a place from the user that shown that 100% users kow about the advertisement and the publicity of the products beside this product, click BCA is famous by the big fungsional and conditional value. That values are also have a positive relationship with the consumer behavior . The facilitator , BCA, is also has a willingness to promote their secure transaction.</i>