

Evaluasi proses pembentukan kepercayaan nasabah dalam internet banking : suatu penelitian terhadap efektifitas klikBCA individual

Dina Margareth, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=98962&lokasi=lokal>

Abstrak

Dalam internet banking, kepercayaan menjadi sebuah prasyarat yang utama bagi pembangunan hubungan pelanggan. Kepercayaan dilihat sebagai elemen bernilai tinggi bagi hubungan bisnis, karena kepercayaan mendorong pengambilan resiko dalam transaksi ekonomi. Diambil dari pemenuhan janji yang dibangun, sebuah model diajukan bertujuan untuk memudahkan pemikiran bagaimana kepercayaan dapat dibangun dalam lingkungan maya. Dikonseptualisasikan dalam konteks pelaksanaan layanan elektronik, model tersebut membantu mendemonstrasikan bagaimana perusahaan dan teknologi realita virtual dapat membantu mengungkapkan perasaan yang diminta untuk pembentukan kepercayaan melalui interaksi dengan janji-janji yang dibuat, dilaksanakan dan dipelihara.

Ada dua tipe kepercayaan yang harus dibedakan. Tipe pertama, kepercayaan awal, mengacu kepada situasi baru, dimana pelanggan yang prospektif menilai kepercayaan kepada pedagang berdasarkan informasi dari orang ketiga dan isyarat yang ditunjukkannya. Tipe kedua, kepercayaan berdasarkan pengalaman langsung, misalnya sebuah transaksi awal, yang diikuti oleh hasil evaluasi. Dengan demikian, kepercayaan mengakibatkan hubungan yang berorientasi jangka panjang. Dalam tesis ini, penekanannya akan diletakkan pada tipe yang kedua, kepercayaan berdasarkan pengalaman langsung.

Bitner mengidentifikasi fungsi dari pembuatan, pelaksanaan dan pemeliharaan janji-janji adalah untuk mendeskripsikan pelaksanaan layanan. Dalam nada serupa, Wanninger memperluas ide ini dengan mengkonseptualisasikannya dalam pelaksanaan layanan "elektronik".

Jika pelanggan tertarik dengan janji yang dibuat, dia menunjukkan keinginan untuk bergantung pada bisnis tersebut, sebuah itikad untuk percaya, dan mengantisipasi janji untuk dilakukan. Ketika janji dibuat dalam internet banking, proses demikian dimaksudkan untuk membantu pelanggan menentukan motif bisnis dan maksudnya, serta mempengaruhi keyakinan kepercayaan pelanggan terhadap kebenaran bisnis tersebut. Pelaksanaan janji dalam internet banking memberikan itikad percaya untuk dimanifestasikan dalam resiko yang melekat yang bisa diterima dalam situasi tersebut dan pada akhirnya bergantung pada janji, menghasilkan rasa percaya. Kemudian, pemeliharaan janji mempengaruhi dengan tepat persepsi pelanggan dan harapan di masa depan berkenaan dengan interaksi bisnis yang berkualitas melalui internet banking, sebuah keyakinan kepercayaan. Intinya, ketika semua tahapan pemenuhan janji telah terlaksana, maka terjadilah suatu "momen yang terbukti".

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa secara signifikan semua konstruk memberikan pengaruh yang positif. Hal ini menunjukkan bahwa Bank BCA telah berhasil memperkenalkan K1ikBCA sebagai salah satu penyampaian layanan kepada nasabah yang dapat dipercaya.

In Internet Banking, trust becomes an essential prerequisite for customer relationship building. Trust is seen as a highly valuable element of business relationships, as it fosters risk taking in economic transactions. Drawn from established promise fulfillment, a model is proposed aiming to facilitate thinking as to how trust can be built in virtual environments. Conceptualized in the context of an electronic services cape, the model helps to demonstrate how firm and virtual reality technologies can facilitate the expressiveness required for the formation of trust through iterative interaction with promises being made, enabled and kept.

Two types of trust must be distinguished. The first type, initial trust, refers to a new situation where, say, a prospective customer assesses the trustworthiness of a merchant based on third-party information and surface cues. The second type trust based on direct experience, presupposes an initial transaction, followed by an evaluation of the outcome. As such, it effects the long-term orientation for the relationship. In this thesis, the stress will be on designing for the second type, trust based on direct experience.

Bitner has identified the functions of making, enabling and keeping promises for describing a service encounter. In similar vein, Wanninger extended those ideas by conceptualizing their capability within "electronic" services cape.

Provided that customer is interested in the promise made, he expresses a willingness to depend on the business, a trusting intention, and anticipates the promise to be enabled. When a promise is made within internet banking, the intentionally process is initiated to help the customer determine the business motives and intentions, influencing his or her trusting belief in the business benevolence. Enabling the promise within the internet banking allows a trusting intention to be manifested in an acceptance of the risk inherent in the situation and eventual dependence on the promise, resulting in a trusting behavior. Then, keeping the promise has apposite impact on the customer's perceptions and future expectation regarding the quality of the interaction with the business through internet banking, a trusting belief. This point, when all stages of promise fulfillment have been completed, calls "moment of truth".

The result of this research has shown that significantly all constructs give the positive influences. It means that BCA has succeeded in introducing KLIKBCA as one of trusted delivery channel to customers.