

Analisis Usability dan Responsiveness Chatbot dengan Artificial Intelligence pada Online Customer Experience di Industri Keuangan dan Perbankan Indonesia = Analysis of Usability and Responsiveness of AI-powered Chatbots on Online Customer Experience in Indonesia's Financial and Banking Industry

Resha Putra Maheswara, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920524155&lokasi=lokal>

Abstrak

Evolusi teknologi yang cepat, terutama kecerdasan buatan (AI), telah mengubah customer experience dan menciptakan peluang besar bagi perusahaan untuk berinteraksi dengan pelanggan menggunakan chatbot. Studi ini mengeksplorasi peran chatbot dengan artificial intelligence dalam memengaruhi online customer experience dan customer satisfaction di industri keuangan dan perbankan. Sampel pada penelitian ini adalah WNI dengan rentang usia 17 hingga 64 tahun yang sudah pernah berinteraksi secara langsung dengan chatbot yang ditenagai artificial intelligence. Terdapat 285 data responden yang dipergunakan dalam analisis penelitian ini yang didapat menggunakan metode purposive sampling dan kemudian diolah menggunakan Partial Least Square - Structural Equation Method (PLS-SEM) berupa SmartPLS 3. penelitian ini menyajikan dampak dari usability dan responsiveness chatbot dengan artificial intelligence pada online customer experience di industri keuangan dan perbankan Indonesia yang dapat menjadi referensi manajerial untuk mengambil keputusan terkait dengan adopsi chatbot dengan artificial intelligence. Penelitian ini memperluas pemahaman tentang online customer experience dengan chatbot di industri keuangan dan perbankan Indonesia. Selanjutnya juga dilakukan multi-group analysis dengan pembagian grup antara Generasi Y dan Generasi Z. Selain itu, pada penelitian ini memberikan bukti empiris dengan menunjukkan bahwa extrinsic dan intrinsic values dari online customer experience dapat ditingkatkan dengan adopsi chatbot.

.....Rapid technological advancements, particularly in artificial intelligence (AI), have transformed the customer experience and created significant opportunities for companies to interact with customers using chatbots. This study explores the role of chatbot with AI in influencing online customer experience and customer satisfaction in the financial and banking industry. The sample for this research consisted of Indonesian citizens aged 17 to 64 years who had previously interacted directly with AI-powered chatbots. A total of 285 respondent data were collected and analyzed using the purposive sampling method and Partial Least Square-Structural Equation Method (PLS-SEM) using SmartPLS 3. This study presents the impact of chatbot usability and responsiveness with Artificial Intelligence on the Online Customer Experience in the Indonesian Financial and Banking Industry, providing managerial insights for decision-making regarding adopting AI-powered chatbots. The research expands the understanding of Online Customer Experience with chatbots in the Indonesian financial and banking industry. Additionally, a multi-group analysis was conducted, categorizing the groups into Generation Y and Generation Z. Furthermore, the study provides empirical evidence by demonstrating that adopting chatbots can enhance the extrinsic and intrinsic values of Online Customer Experience.