

Investigasi Niat Perilaku Nasabah terhadap Produk Digital di Loker Teller pada Perusahaan Perbankan = Investigation of Customer Behavioral Intentions to Digital Product at Teller Counter in Banking Companies

Joshua, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920525800&lokasi=lokal>

Abstrak

Konsep layanan pada loket Teller di sektor perbankan saat ini selain tidak efisien juga tidak melibatkan peran Nasabah. Menyikapi kondisi tersebut, seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi, diperlukan produk digital baru yang dapat mengakomodir permasalahan tersebut dengan tetap menjaga pengalaman Nasabah selama bertransaksi di kantor cabang. Dengan kata lain, implementasi produk digital baru harus menguntungkan semua pihak, baik dari sisi bank maupun dari sisi Nasabah. Khusus dari sisi Nasabah, diperlukan investigasi khusus untuk memastikan bahwa produk-produk baru yang diimplementasikan oleh bank tetap mencapai kepuasannya sehingga Nasabah tetap ingin mempercayakan proses keuangannya kepada perusahaan perbankan tertentu. Dengan menggunakan model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) melalui penyebaran kuesioner kepada 385 responden, dapat disimpulkan bahwa aspek ekspektasi performa, ekspektasi usaha, dan motivasi hedonis merupakan faktor yang memiliki pengaruh signifikan terhadap penerimaan Nasabah selama menggunakan produk digital, sementara aspek pengaruh sosial tidak memiliki pengaruh yang signifikan.

.....

In the banking industry, the current service concept at the Teller counter is not only ineffective but also neglects role of the customer. In order to respond the situation, a new digital product is required to address the issues and to maintain the customer experience during transactions. In other words, the introduction of a new digital product must be advantageous for both the bank and the costumer side. Particularly from the customer's perspective, a special investigation is required to ensure that the bank's digital product continue to satisfy customers and encourage them to continue entrusting their financial transactions to specific banking institutions. Using Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) model through questionnaire spread to 385 respondents, it was concluded that performance expectancy, effort expectancy, and hedonic motivation are the factors that have a significant influence to customer acceptance when using digital product, meanwhile social influence didn't have significant influence.