

Analisis intensi keberlanjutan penggunaan Chatbot berbasis kecerdasan buatan dalam Digital Customer Service Operator Seluler = Analysis of continuous usage intentions for artificial intelligence Chatbots in Digital Customer Service by Network Operators

Janita Rahma Budiasih, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920544709&lokasi=lokal>

Abstrak

Perkembangan teknologi dan penggunaan kecerdasan buatan yang pesat menekankan pentingnya mempertahankan pelanggan dalam menghadapi persaingan yang ketat, khususnya di sektor telekomunikasi. Salah satu penerapan utama kecerdasan buatan yang sudah banyak diterapkan adalah chatbot untuk layanan pelanggan. Namun, dalam implementasinya masih terdapat kesenjangan antara kualitas layanan chatbot yang dikembangkan dan harapan pelanggan, yang dapat menyebabkan keraguan dalam melanjutkan penggunaan teknologi tersebut. Penelitian ini menggunakan Technology Acceptance Model (TAM) untuk memprediksi faktor-faktor yang mempengaruhi niat keberlanjutan penggunaan chatbot sebagai saluran pelayanan pelanggan pada perusahaan operator seluler. Hasil analisis dengan menggunakan PLS-SEM terhadap 303 responden pelanggan operator seluler di Indonesia menunjukkan bahwa terdapat tiga prediktor utama keberlanjutan penggunaan chatbot, yaitu persepsi kebergunaan, kepercayaan, dan norma subjektif. Berdasarkan hasil analisis hipotesis, disusun 10 rangkaian strategi menggunakan model integrasi IPA-Kano. Strategi-strategi yang diprioritaskan kemudian direkomendasikan untuk diterapkan oleh perusahaan operator seluler di Indonesia dalam mendukung keberlanjutan penggunaan teknologi chatbot dari sisi pelanggan.

.....The rapid development of technology and the use of artificial intelligence underscore the importance of retaining customers in the face of fierce competition, particularly in the telecommunications sector. One of the main applications of artificial intelligence that has been widely implemented is chatbots for customer service. However, in its implementation, there remains a gap between the quality of chatbot services developed and customer expectations, which can lead to doubts about continuing to use the technology. This study uses the Technology Acceptance Model (TAM) to predict the factors influencing the continuous intention to use chatbots as a customer service channel in cellular operator companies. The results of the analysis using PLS-SEM on 303 respondents of cellular operator customers in Indonesia show that there are three main predictors of continuous use of chatbots, which are perceived usefulness, trust, and subjective norms. Based on the hypothesis analysis results, 10 series of strategies using the IPA-Kano integration model is developed. The prioritized strategies are then recommended to be implemented by cellular operator companies in Indonesia to support the continuous use of chatbot technology from the customer's perspective.