

ABSTRAK

xii + 75 halaman + lampiran + 2017

Penggunaan layanan perdagangan elektronik sekarang menjadi jauh lebih penting mengenai kepuasan konsumen, terutama di dunia bisnis keuangan modern. Konsep memenuhi kepuasan konsumen dengan apa yang mereka butuhkan dan inginkan telah mendapat pertimbangan penting selama beberapa dekade dalam konteks perilaku pemasaran dan konsumen (Bhattacharjee, 2001b; Oliver, 1980).

Banyak perusahaan selalu berusaha untuk terus mempertimbangkan struktur fungsi bisnis yang pasti sehingga memungkinkan mereka berkompetisi secara menguntungkan mengenai bentuk tampilan yang ditawarkan dan pola pikir konsumen yang kompleks. Selain itu, munculnya kesadaran dari perusahaan untuk memenuhi hasrat dan kebutuhan konsumen mereka sesuai dengan cara mempertahankan loyalitas konsumen potensial yang ada agar tetap mempertahankan penggunaan produk dan layanan beserta teknologi yang ditawarkan, yang pada gilirannya dapat menangkap loyalitas mereka secara keseluruhan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengusulkan sebuah kerangka model penelitian yang diperluas dengan menggunakan DeLone dan McLean Information Systems Success Model/IS Success Model (Model Keberhasilan Penerapan Sistem Informasi) beserta unsur pertimbangan variabel Trust (Kepercayaan) untuk mengukur secara empiris perwujudan relasional faktor keputusan penggunaan konsumen di bidang perdagangan elektronik Individu ke Individu (Consumer-to-Consumer E-commerce) dengan penyelidikan komparatif di antara klasifikasi perdagangan elektronik yang ada, yang pada gilirannya secara afirmatif mempengaruhi penggunaan layanan perdagangan elektronik secara terus menerus, terutama terkait dengan penggunaan teknologi di Indonesia.

Pengumpulan data dilakukan melalui pemberian kuesioner secara sukarela yang dilakukan dengan menggunakan pemodelan persamaan struktural (SEM) untuk menganalisis serta memperluas model yang diusulkan berdasarkan studi-studi sebelumnya, dengan ekspektasi terhadap hasil yang diperoleh untuk dapat memberikan kontribusi penting bagi kajian perilaku konsumen dalam penggunaan sistem teknologi di masa mendatang, khususnya di bidang perdagangan elektronik yang juga mencakup keterlibatan berbagai pihak terkait seperti pemerintah, perusahaan perbankan, pelanggan, individu yang tidak terlepas dalam menggunakan transaksi layanan-layanan berbasis elektronik.

Studi ini juga mengajukan mekanisme yang disisipkan melalui DeLone dan McLean Information Systems Success Model/IS Success Model (Model

Keberhasilan Penerapan Sistem Informasi) dalam mengakomodasi perilaku pengguna saat menggunakan layanan perdagangan elektronik. Desain penelitian terbatas pada perdagangan elektronik berbasis individu/personal khususnya di negara-negara berkembang seperti Indonesia. Namun demikian, kajian studi ini mungkin saja tidak dapat mewakili dan menjadi contoh kajian akademis yang tepat untuk semua negara berkembang yang berada di seluruh dunia dimana masing-masing negara tersebut memiliki kendala dan tantangan yang bersifat unik dan spesifik termasuk didalamnya unsur-unsur seperti pemerintahan, infrastruktur, budaya dan lain-lain.

Penelitian dan kajian di masa depan sebaiknya dapat menguji variabel-variabel yang ada dengan metode atau kerangka model penelitian yang lebih diperluas untuk dapat mengatasi perbedaan-perbedaan kajian terhadap unsur-unsur spesifik diatas. Selain itu, meskipun sebenarnya penggunaan layanan perdagangan elektronik dari waktu ke waktu dapat memberikan representasi yang jauh lebih baik tentang seberapa pentingnya variabel kepercayaan dan kepuasan dalam mempengaruhi penggunaan teknologi, namun faktor-faktor unik diatas yang berbeda mungkin memiliki signifikansi yang berbeda-beda untuk kepercayaan dari waktu ke waktu dan memberikan perspektif unik yang menghasilkan hasil yang berguna dan signifikan bagi pengembangan kajian dan penelitian sejenis.

Kata kunci:

Kualitas sistem, kualitas informasi, kualitas layanan, kepercayaan, kepuasan, perdagangan elektronik, penggunaan teknologi, perilaku pengguna, Indonesia.