

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Studi tentang sikap semakin penting karena pengaruhnya terhadap perilaku individu, psikolog sosial berasumsi bahwa sikap ada hubungannya dengan perilaku sosial (Wicker, 1969). Konsep yang mengacu pada disposisi perilaku, seperti sikap sosial dan sifat kepribadian, telah memainkan peran penting dalam upaya ini untuk memprediksi dan menjelaskan perilaku manusia (Ajzen, 2012). Sikap diyakini secara langsung mempengaruhi perilaku. Dalam praktiknya, istilah sikap sering digunakan sebagai ungkapan payung yang mencakup konsep-konsep seperti preferensi, perasaan, emosi, kepercayaan, harapan, penilaian, nilai, prinsip, pendapat, dan niat (Bagozzi et al., 1998). Komponen sikap adalah fungsi dari keyakinan perilaku menonjol seseorang, yang mewakili hasil yang dirasakan atau atribut dari perilaku tersebut (Conner & Armitage, 1998).

Ajzen & Fishbein (Ajzen & Fishbein, 2012) menyatakan bahwa sikap dipegang sehubungan dengan beberapa aspek dari dunia individu, seperti orang lain, benda fisik, perilaku, atau kebijakan. Maka dari itu, cara seseorang bereaksi terhadap lingkungannya disebut sikapnya. Baron & Byrne (Jain, 2014) mendefinisikan sikap sebagai kelompok yang relatif tahan lama dari perasaan, kepercayaan, dan

kecenderungan perilaku yang diarahkan pada orang, ide, objek atau kelompok tertentu.

Sikap tidak pasif, melainkan memberikan pengaruh dinamis pada perilaku. Allport (Jain, 2014) menyatakan bahwa suatu sikap adalah kondisi mental atau saraf kesiapan, yang diorganisir melalui pengalaman, memberikan pengaruh direktif atau dinamis pada respons individu terhadap semua objek dan situasi yang terkait. Ini adalah kecenderungan untuk menanggapi suatu objek atau situasi. Menurut Malhotra (Naresh K. Malhotra, 2005), sikap adalah ringkasan evaluasi suatu objek atau pemikiran. Objek atau fenomena dapat berupa apa pun yang didiskriminasikan atau diingat oleh seseorang dan dapat mencakup orang, produk, dan organisasi (Jain, 2014).

Fazio & Williams (Fazio & Williams, 1986) mengemukakan bahwa sikap adalah ringkasan penilaian dari suatu peristiwa yang menolak yang membantu individu dalam menyusun lingkungan sosial mereka yang kompleks. Karenanya, sikap tidak dapat diamati secara langsung. Ini diperoleh melalui pembelajaran selama periode waktu dan dipengaruhi oleh kepribadian dan kelompok individu. Bem (Bem & McConnell, 1970) mengemukakan bahwa sikap adalah suka dan tidak. Lebih lanjut, Walley et al. (Walley, K., Custance, P., Orton, G., Parsons, S., Lindgreen, A., and Hingley, 2013) menyatakan bahwa sikap mungkin positif, negatif, atau netral. Sikap adalah kecenderungan psikologis yang diekspresikan dengan mengevaluasi entitas tertentu dengan beberapa tingkat suka atau tidak suka (Jain, 2014). Setiap individu memiliki semacam sikap tetapi, sebagai fenomena psikologis, setiap sikap tidak terlihat. Karena itu, sikap adalah sifat subyektif dan

pribadi dan sulit diukur. Bila dilihat dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa sikap sangat mempengaruhi kepercayaan, oleh sebab itu kepercayaan merupakan aspek yang penting dalam penerimaan teknologi baru dan kepercayaan juga sangat diperlukan konsumen agar produk- produk baru yang akan di luncurkan vendor dapat diterima baik oleh masyarakat.

Kepercayaan memainkan peran yang sangat penting saat ini, hal itu telah banyak digunakan oleh banyak penerlitian sebelumnya, kepercayaan adalah faktor yang sangat penting dalam kondisi ketidakpastian dan resiko. Salah satu definisi yang paling banyak diterima adalah kepercayaan merupakan kerelaan untuk menjadi rentan dan meninggalkan hak kontrol berdasarkan harapan dari wali (Philip et al., 1980).

Kepercayaan adalah konsep yang kompleks dan dapat dieksplorasi dalam berbagai prespektif. Sebagai contoh, kepercayaan interpersonal mengacu pada kepercayaan antar individu atau kelompok. Umumnya dieksplorasi berdasarkan perasaan empati, yang sangat mempengaruhi keputusan dan perilaku individu (Julian B., 1967).

Menurut sudut pandang institusi, kepercayaan institusional didasarkan pada rasa aman dari intitusi, karena kepercayaan intitusi banyak melibatkan sering melibatkan banyak pihak yang tidak dikenal, jadi faktor kepercayaan dari kerabat sangat dibutuhkan untuk melakukan transaksi di *e-commerce* (Teo et al., 2009).

Menurut Cummings & Guerlain, kepercayaan institusi ada dua jenis, yaitu normalitas situasional dan jaminan struktual. Normalitas situasional adalah

perasaan yakin bahwa situasinya normal dan dapat dipercaya, sedangkan jaminan struktural adalah perasaan kepercayaan yang diperoleh dari jaringan pengamanan seperti, regulasi, jaminan dan kontrak (Cummings & Guerlain, 2007).

Kepercayaan juga merupakan faktor terpenting dari perkembangan teknologi modern yang sangat pesat. Ada banyak bukti bahwa kepercayaan terhadap teknologi memainkan peran yang sangat penting pada produk teknologi tinggi, seperti pembelian *online* dan sistem informasi (Heijden et al., 2003).

Teknologi juga memberikan dampak yang sangat besar untuk berbagai bidang usaha, lain dibidang transportasi, perhotelan maupun dibidang keuangan. Hal ini juga memberikan dampak bagi dunia usaha, di antaranya peningkatan produktivitas, penghematan biaya, penyederhanaan proses bisnis, penyediaan layanan pelanggan yang lebih baik, peluang muncul bisnis dan lapangan kerja baru (Fansuri et al., 2011).

Hal ini mendorong munculnya perusahaan *start-up* dibidang *financial Technologies* sebagai vertikal bisnis baru. Secara global, *fintech* terus berkembang dengan semakin meningkatnya jumlah investasi terhadap perusahaan *fintech*. Layanan dan usaha *fintech* merujuk pada pelaku industri jasa keuangan berbasis teknologi informasi (Bondy et al., 1994).

Sektor keuangan merupakan salah satu bidang yang banyak mengadopsi teknologi modern, salah satunya adalah *robo advisor*. *Robo advisor* merupakan layanan investasi otomatis yang memfasilitasi manajemen kekayaan bagi pelanggan dengan menggabungkan teknologi modern dengan algoritma ilmiah.

Robo advisor pertama kali digunakan di Amerika pada tahun 2008 dan pada awal kemunculannya sangat banyak menarik investor bernilai miliaran di sektor ini. Setelah itu berbagai perusahaan banyak yang masuk ke pasar ini, antara lain *startup*, *bank* dan perusahaan teknologi tinggi (S. Lee et al., 2018)

Robo advisor sangat ditentukan oleh kepercayaan karena merupakan teknologi yang tidak secara langsung berhadapan dengan manusia. Selain itu juga tidak adanya kriteria standar dalam industri ini, sehingga sulit sekali dipercayai oleh pelanggan. Oleh karena itu, kepercayaan merupakan faktor terpenting dari *robo advisor* (Cheng et al., 2019).

Keunggulan robo-advisor, menyediakan biaya rendah, risiko rendah dan lebih baik untuk pelanggan pemula, dan meningkatkan metode keuangan. Apalagi beberapa produk robo-advisor juga punya mengambil kriteria lingkungan dan sosial ke dalam rekomendasi investasi mereka (Oikos, 2017). Jika dilihat robo advisor dengan produk e-commerce memiliki kemiripan, jadi peneliti memfokuskan pada kepercayaan dari penasihat robo advisor, dengan membangun kepercayaan yang mempengaruhi model robo advisor berdasarkan teori tranfer kepercayaan.

Salah Satu aplikasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Bibit, Bibit adalah Bibit adalah aplikasi investasi Reksadana online yang membantu konsumen memilih reksadana terbaik melalui rekomendasi *robo advisor*. Tujuan aplikasi investasi Bibit adalah supaya konsumen yang menggunakannya bisa langsung

mulai melakukan investasi Reksadana dengan mudah dan sesuai toleransi resiko serta tujuan investasi keuangan yang praktis.(Quiserto, 2019)

Beberapa orang mungkin menghadapi tantangan tambahan dalam membuat keputusan investasi yang baik. Kaum milenial mungkin memiliki pengalaman terbatas dengan pasar keuangan, dan beberapa orang tua menderita penurunan kognitif yang membuat pengambilan keputusan keuangan lebih sulit. (Fisch et al., 2016)

Maka dari pada itu, *Robo-Advisor* dapat memudahkan klien untuk mengelola investasi mereka. *Robo-advisor* dimaksudkan untuk berinteraksi dengan klien secara digital, baik untuk mengumpulkan informasi klien maupun untuk mengelola investasi klien secara murah. Seorang klien umumnya membuat akun online dengan menjawab serangkaian pertanyaan yang mungkin termasuk preferensi risiko, aset, pendapatan, utang, dan tujuan investasi. Robo-advisor menggunakan algoritma komputer untuk menawarkan pilihan investasi yang dianggap sesuai dalam hal alokasi aset dan diversifikasi berdasarkan informasi yang diberikan oleh klien. (Fisch et al., 2019)

Teori ini pertama kali ditemukan dari fakta bahwa jika seorang percaya dengan orang yang dikenal, dia juga akan percaya kepada orang yang tidak dikenal yang dipercaya oleh orang yang dikenal. Jadi kepercayaan dapat di tranfer dari individu kepada individu. Selain itu kepercayaan *online* pada situs web dapat ditranfer ke situs web lainnya (Strub & Priest, 1976).

Dalam konteks pembayaran *online*, kepercayaan pembayaran internet adalah penentu kepercayaan layanan pembayaran mobile. Pada *e-commerce* tranfer kepercayaan juga dapat di *transfer* terhadap anggota perdagangan sosial akan mempengaruhi juga terhadap aplikasi perdangan sosial tersebut. Penelitian ini didasarkan oleh teori tranfer kepercayaan, yang mempengaruhi faktor kepercayaan dalam membangun pengembangan kepercayaan proses tranfer kepercayaan dari *robo advisor*. Dengan itu peneliti memilih topik ini untuk mengetahui bagaimana peran pengaruh kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan aplikasi berbasis *robo advisor* (Belanche et al., 2014).

Penelitian sebelumnya membahas tentang *Situasional Normality Reputation* (Reputasi) *Information Quality* (kualitas informasi), *Service Quality* (kualitas pelayanan) yang kemudian menghasilkan *Trust in Vendor* (kepercayaan terhadap vendor). Kemudian dalam structural assurance terdapat *Service commitment*, (pelayanan yang komitmen) *Government Regulation* (Peraturan Pemerintah), dan *Supervisory Control* (pengendali pengawasan) yang kemudian menghasilkan *Trust in Technologies* (kepercayaan teknologi) yang kemudian dipadukan dengan *Trust in Vendor* (kepercayaan vendor) yang dapat mempengaruhi *Trust in Robo Advisor* (kepercayaan terhadap Robo Advisor) dalam hasil sebelumnya menunjukkan bahwa hubungan yang signifikan pengaruh *role of supervisory control* dan menunjukkan hubungan yang signifikan antara *trust influencing factors*, *trust in technologies*, *trust in vendor* dan *trust in robo-advisor*. Lebih lanjut, berberapa perbedaan hasil antara yang junior dengan senior pada penelitian sebelumnya (Cheng et al., 2019).

Penelitian sebelumnya hanya membahas sampel *Robo Advisor* dari negeri Tiongkok yang mana mungkin pengembangan *Robo Advisor* antar negara bisa saja berbeda. Sehingga penelitian selanjutnya bisa mempertimbangkan robo advisor dari negara lain untuk memeriksa hasil penelitian secara umum. Sampel kami terutama terdiri dari orang muda dengan pengalaman investasi yang terbatas. Dengan demikian, hasil penelitian sebelumnya mungkin tidak berlaku secara universal untuk semua kelompok, terutama untuk pelanggan yang lebih tua yang memiliki lebih banyak pengalaman investasi. Dengan demikian, penelitian sebelumnya menyarankan para peneliti di masa depan meningkatkan keragaman sampel, sehingga volume data semua kelompok umur seimbang. Terakhir, penelitian sebelumnya mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan melalui wawancara. Karena data wawancara yang terbatas, hasil analisis kualitatif mungkin tidak begitu valid. Penelitian di masa depan dapat memperbesar sampel dan menemukan faktor yang mempengaruhi kepercayaan yang lebih penting untuk memperkaya penelitian selanjutnya.

Maka dari pada itu penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut apakah *Situational Normality Reputation* (Reputasi) *Information Quality* (kualitas informasi), *Service Quality* (kualitas pelayanan) yang kemudian menghasilkan *Trust in Vendor* (kepercayaan terhadap vendor), kemudian dalam structural assurance terdapat *Service commitment*, (pelayanan yang komitmen) *Government Regulation* (Peraturan Pemerintah), dan *Supervisory Control* (pengendali pengawasan) yang dapat mempengaruhi *Trust in Technologies* (kepercayaan teknologi) yang kemudian dipadukan dengan *Trust in Vendor* (kepercayaan vendor)

dapat mempengaruhi *Trust in Robo Advisor* (kepercayaan terhadap Robo Advisor) (Cheng et al., 2019) . Objek penelitian diambil perusahaan platform digital yang menggunakan *Robo Advisor* dengan ruang lingkup penelitian di Indonesia.

1.2 Ruang lingkup Masalah

Berdasarkan permasalahan diatas, maka fokus penelitian ini ditunjukkan dengan memberikan batasan, yaitu:

1. Penelitian akan dilakukan berupa replikasi mengenai topik penelitian dahulu (Cheng et al., 2019) dengan data dan dalam konteks yang berbeda. Tujuan penelitian ini adalah meneliti peran pengaruh kepercayaan terhadap robo advisor pada perusahaan startup yang memiliki aplikasi robo advisor.
2. Objek penelitian ini hanya mengukur kepercayaan terhadap robo advisor, karena menurut penelitian ini peran pengaruh kepercayaan sangat besar.

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang dan ruang lingkup masalah yang di urai sebelumnya, penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menguji manfaat yang diterima pelanggan dari robo advisor pada *trust in vendor*, *trust in technology* dan *trust in robo advisory*, yang membuatnya dipercaya dalam melakukan investasi dan juga memberikan contoh kepada perusahaan lain bahwa robo advisor sangat membantu.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan, maka penulis merumuskan permasalahan pada penelitian ini akan difokuskan pada analisis untuk menjawab beberapa pertanyaan berikut, yaitu:

1. Apakah *Reputation* memiliki pengaruh terhadap *Trust in vendor*?
2. Apakah *Information quality* memiliki pengaruh terhadap *trust in vendor*?
3. Apakah *Service quality* memiliki pengaruh terhadap *Trust in vendor*?
4. Apakah *Attitude toward ai* memiliki pengaruh terhadap *trust in Technologies*?
5. Apakah *Service commitment* memiliki pengaruh terhadap *trust in Technologies*?
6. Apakah *Government regulation* memiliki pengaruh terhadap *trust in Technologies*?
7. Apakah *Trust in vendor* memiliki pengaruh terhadap *trust in robo-advisory*?
8. Apakah *Trust in Technologies* memiliki pengaruh terhadap *trust in robo-advisory*?
9. Apakah *Supervisory control* memiliki pengaruh terhadap *trust in Technologies* dan *trust in robo-advosry*?

1.5 Pembatasan Masalah

pada penelitian ini, penulis fokus terhadap hasil yang ingin dicapai. Maka penulis memberikan batasan masalah pada penelitian ini yang hanya membahas

mengenai variabel *reputation*, *information quality*, *service quality*, *attitude toward ai*, *service commitment*, *government regulation*, *supervisory control*, *trust in vendor*, *trust in Technologies*, dan *trust in robo-advisory*.

1.6 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Reputation* terhadap *trust in vendor*.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Information quality* terhadap *trust in vendor*.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Service quality* terhadap *trust in vendor*.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Attitude toward ai* terhadap *trust in Technologies*.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Service commitment* terhadap *trust in Technologies*.
6. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Government regulation* terhadap *trust in Technologies*.
7. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *trust in vendor* terhadap *trust in robo-advisory*.
8. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *trust in Technologies* terhadap *trust in robo-advisory*.

9. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Supervisory control* terhadap *trust in Technologies* dan *trust in robo-advisory*.

1.7 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk akademik dan praktisi sebagai berikut:

1.7.1 Manfaat untuk akademik

Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dalam ilmu pemasaran khususnya dalam *situational normality*, *structural assurance*, *trust in vendor*, *trust in Technologies*, *trust in robo-advisory* dan juga diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pengajaran dalam perkuliahan.

1.7.2 Manfaat untuk praktisi

Selain memiliki manfaat akademis penelitian ini juga memiliki manfaat praktisi, yaitu:

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan informasi tambahan bagi para pembaca serta pihak-pihak yang terlibat, serta dapat menjadi bahan acuan ataupun bahan perbandingan untuk membuat penelitian berikutnya di masa yang akan datang.
2. Penelitian ini juga bermanfaat untuk mengetahui manfaat yang diterima oleh pelanggan dari *situational normality*, *structure assurance* pada *trust in*

vendor, trust in Technologies, dan trust in robo-advisory untuk perusahaan, dan

3. Penelitian ini juga memberikan contoh dan manfaat bagi ekonomi kreatif Indonesia atau para pelaku bisnis *Technologies* untuk menciptakan hubungan jangka panjang pada konsumen dengan menggunakan strategi *robo-advisory*.

1.8 Sistematika Penelitian

penulisan penelitian ini terbagi dalam 5 (lima) bab dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini berisikan mengenai latar beakang penulisan penelitian ini serta menjelaskan alasan peneliti melakukan penelitian mengenai peran *situsalional normality, structual assurance* terhadap *trust in vendor, trust in tecnology, dan trust in robo-advisory* pada perusahaan aplikasi yang memiliki *robo advisory*. Pada bab ini menjelaskan mengenai ruang lingkup masalah, identifikasi masalah, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian ini dibagi menjadi dua, yaitu : manfaat akademis dan mafaat praktisi, serta penjelasan mengenai sistematika penulisan.

BAB II: LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan landasan teori yang berkaitan dengan *situasional normality* (*reputation, information quality, service quality*), *structural assurance* (*service commitmen, goverment regulation, supervisory control*), *trust in vendor*, *trust in tecnology*, dan *trust in roboadvisory*. Menjelaskan literatur yang digunakan dalam penulisan penelitian ini terdapat model penelitian yang menggambarkan hubungan yang terjadi pada masing-masing variabel dalam penelitian ini, serta kerangka pemikiran dan hipotesis yang melandasi pengaruh-pengaruh antara variabel yang diteliti dalam penelitian ini.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi pemaparan mengenai objek penelitian, desain penelitian, metode pengambilan sampel, variabel dan operasional variabel, teknik pengolahan dan analisis data, dan teknik pengujian hipotesis.

BAB IV: HASIL PENELITIAN

Bab ini berisikan gambaran umum objek penelitian, pembahasan hasil penelitian yang mencakup kesesuaian dengan landasan teori, argumentasi penelitian dan perbandingan dengan hasil penelitian sebelumnya.

BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berikan kesimpulan dan saran mengenai ringkasan dari bab-bab sebelumnya dan jawaban atas perumusan masalah, daftar pustaka, daftar lampiran daftar tabel, daftar gambar dan riwayat hidup penyusun skripsi.