

ABSTRAK

Kartu kredit atau debit dewasa ini bukan sekedar gaya hidup, tetapi merupakan kebutuhan bagi masyarakat modern untuk menunjang semua aktivitas dalam kehidupan sehari-hari. Semakin luasnya pemanfaatan kartu kredit atau debit sebagai alat pembayaran mendorong tumbuhnya layanan perbankan lain untuk memenuhi kebutuhan pelanggannya dengan cara menyediakan alat pembayaran untuk kartu kredit atau debit tersebut melalui mesin *electronic data capture* (EDC). Maraknya kasus pemalsuan kartu kredit atau debit dan kasus kejahatan mesin EDC yang terjadi akhir-akhir ini membuat kepercayaan dari pengguna mesin EDC menurun. Kelemahan yang lain pada mesin EDC yaitu sering terjadi kesalahan pada data nomer rekening *merchant*, sehingga transaksi dapat masuk ke nomer rekening *merchant* lain. Lambatnya proses transaksi juga dapat menjadi kelemahan dari mesin EDC, karena biasanya nasabah menginginkan suatu pelayanan yang cepat. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh kualitas jasa dan mengkaji pengaruh *customer relationship* pada PT. Mio Indonesia sebagai perusahaan penyedia jasa yang bergerak dalam bidang pembayaran elektronik, menghasilkan suatu kajian tentang kepercayaan pelanggan dan terungkapnya pengaruh kualitas jasa dan *customer relationship* dalam meningkatkan kepercayaan pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas jasa yang diberikan oleh PT. Mio Indonesia melalui *reliability, responsiveness, assurance, empathy*, dan *tangible* ditanggapi pengguna dengan baik namun masih membutuhkan perbaikan dan peningkatan dalam bidang pelayanan. Sedangkan *customer relationship* yang dilakukan oleh PT. Mio Indonesia dilakukan melalui unsur *people* dan *process* yang dirasakan baik oleh para pengguna mesin EDC milik PT. Mio Indonesia. Adapun pengguna mesin EDC milik PT. Mio Indonesia merasa percaya terhadap PT. Mio Indonesia sebagai salah satu penyedia jasa yang bergerak dalam bidang pembayaran elektronik. Dengan menggunakan mesin EDC milik PT. Mio Indonesia, pengguna memiliki kepercayaan untuk tetap memakai mesin EDC tersebut. Melalui teknik analisis data analisis jalur diperoleh hasil bahwa faktor kualitas jasa memberikan pengaruh yang lebih besar dibandingkan *customer relationship* yang diberikan oleh PT. Mio Indonesia dalam meningkatkan kepercayaan pelanggan.

Kata kunci : Kualitas jasa, *customer relationship*, dan kepercayaan pelanggan.

ABSTRACT

Credit or debet card nowadays is not just a lifestyle, but it is a necessity for modern society to support the activities of daily living. The excessive use of credit or debet card as a payment tool can encourage the growth of the other banking services to meet customers' needs by providing a tool of payment for it with the electronic data capture (EDC) machine. The rise of cases on credit or debet card fraud and EDC crimes that occurred recently make the trust of the EDC engine users declined. Another weakness in EDC are frequent errors in the data merchant account number, that cause the transaction go to other merchant account number. The delay in the transaction process can also be a weakness of the EDC, because customers usually want a fast service. This research objective aims to examine the influence of service quality and customer relationship and the influence of PT. Mio Indonesia as a electronic payment services provider company, it resulting on the research objective of customer trust and the unfolding impact of service quality and customer relationship in increasing customer trust. The result showed that the quality of services provided by PT. Mio Indonesia through its reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangible user responded well but still need improvement and enhancement in service. While customer relationship conducted by PT. Mio Indonesia done through people and process that are perceived by the users of the PT. Mio Indonesia EDC machine. The users of PT. Mio Indonesia EDC machine had believed to PT. Mio Indonesia as one of the services provider specializing in electronic payments. By using PT. Mio Indonesia EDC machine, the users have the confidence to continue using the EDC. Through this data analysis and path analysis technique showed that service quality factor gives a greater influence than the customer relationship given by PT. Mio Indonesia to increase customer trust.

Keywords : Quality service, customer relationship, and customer tust