

ABSTRAK

Persaingan dalam dunia usaha yang semakin ketat, terlebih dalam keadaan perekonomian Indonesia yang kurang stabil menyebabkan badan usaha harus menjadi lebih efektif dan efisien agar bias menjadi lebih kompetitif didalam dunia usaha. Untuk itu badan usaha membutuhkan suatu lembaga yang dapat melihat, menilai dan merekomendasikan badan usaha secara obyektif. Hal ini merupakan peluang bagi konsultan untuk menjadi partner badan usaha untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensinya. Untuk menjadi partner badan usaha harus didahului dengan membangun hubungan dengan badan usaha dengan memberikan layanan yang memuaskan dan bernilai lebih dengan harapan dapat menciptakan rasa percaya dari para konsumen sehingga akan melakukan transaksi kembali pada masa yang akan datang.

Future Intention merupakan perilaku pelanggan di masa yang akan datang yang muncul setelah merasakan kepuasan atas layanan yang diberikan kepada pelanggan. Konsultan "XYZ" Surabaya perlu mengevaluasi semua jasa yang diberikan kepada konsumennya sehingga dapat menghasilkan favorable future intention

Penelitian ini dilakukan untun membuktikan teori yang menyatakan bahwa trust berpengaruh terhadap future intentions. Penelitian yang memperkuat teori tersebut dilakukan oleh Gabarino dan Johnson (1999) terhadap 1000 pelanggan New York off-Broadway theater company yang dibagi dalam tiga kelompok pelanggan, yaitu konsisten subscribers, occasional subscribers dan individual ticket buyers.

Penelitian ini dilakukan pada konsumen Konsultan "XYZ" yang menggunakan jasa konsultan minimal sekali dalam sebulan selama satu tahun. Konsumen tersebut merupakan konsumen tetap dan melakukan transaksi ulang dengan Konsultan "XYZ" dimasa yang akan datang. Hal ini menunjukkan bahwa trust mempunyai pengaruh terhadap future intentions konsumen Konsultan "XYZ" di Surabaya.