

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi saat ini teknologi berkembang semakin pesat dengan perkembangan zaman yang semakin maju. Teknologi-teknologi yang sudah ada semakin canggih dan modern. Salah satunya pada sektor teknologi informasi. Tidak dapat dibantah lagi, dengan kemajuan teknologi informasi ini ikut menambah tantangan yang akan dihadapi oleh dunia perbankan..¹ Dukungan teknologi informasi bagi industri perbankan merupakan sebuah keharusan. Tak terbayangkan jika saat ini industri perbankan bergerak tanpa dukungan TI yang memadai. Inilah yang menyebabkan masyarakat butuh akan informasi dan komunikasi yang tinggi. Kebutuhan akan teknologi informasi ini tidak hanya untuk kalangan menengah

¹Agus Yan Praptasang, Elva Nuraina dan Purweni Widhianningrum, *Pengaruh Kualitas Layanan SMS Banking Terhadap Loyalitas Nasabah PT Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Madiun*. Jurnal Akuntans dan Pendidikan, Vol. 4 No.1, April 2015

keatas, namun dibutuhkan juga oleh seluruh kalangan masyarakat.²

Seperti perusahaan komersil pada umumnya, tujuan kegiatan operasional bank adalah untuk memperoleh profit atau keuntungan. Untuk mencapai suatu profit yang diinginkan sangat ditentukan oleh berbagai faktor. Salah satu faktor tersebut adalah loyalitas. Artinya, presentase keuntungan yang diperoleh suatu perusahaan dalam hal ini perbankan adalah melalui loyalitas nasabahnya. Hal ini pun diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Cendika Sari dan Saerce Elsy Hatane yang menjelaskan bahwa loyalitas pelanggan berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan.³

Namun, sejalan dengan perkembangan perbankan syariah di Indonesia tersebut. Terdapat fakta bahwa, perbandingan antara jumlah nasabah pada perbankan konvensional dan syariah masih menunjukkan angka yang cukup signifikan jauh. Dilansir dari Kompasiana.com yang

² Mariatul Adila, Pengaruh Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah (Studi Pada PT Bank BRI Syariah KC Margonda Depok) Skripsi, (Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)

³ Cendika Sari dan Saerce Elsy Hatane. *Pengaruh Loyalitas Terhadap Profitabilitas pada sebuah perusahaan jasa Aotomotive (PT. "X") di Surabaya*. BUSINESS ACCOUNTING REVIEW, VOL. 1. NO. 2, 2013, Hal 35

dirilis pada April 2018, disebutkan bahwa perbandingan jumlah nasabah syariah dan konvensional adalah 15 juta berbanding 80 juta nasabah atau hanya sekitar 18,75% saja.⁴ Tentunya hal tersebut tidak sejalan dengan predikat Indonesia sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia.

Tabel 1.1

**Data Statistik Jumlah Bank dan Kantor Layanan Bank Di
Indonesia**

Rincian	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Bank-Bank Umum						
Bank Persero						
Jumlah Bank	4	4	4	4	4	4
Jumlah Kantor Bank	15.632	16.637	17.430	17.809	18.106	18.262
Bank Pemerintah Daerah						
Jumlah Bank	26	26	26	26	26	27
Jumlah Kantor Bank	2.802	3.254	3.524	3.781	3.926	4.130
Bank Swasta Nasional						
Jumlah Bank	56	56	56	55	52	50
Jumlah Kantor Bank	9.275	9.465	9.226	9.052	8.384	7.680
Bank Umum Syariah						

⁴ Fahmi Aulia. *Presentase jumlah nasabah bank syariah di Indonesia*. <https://www.kompasiana.com/fahmiaulia/5acb93d0dd0fa848273ad632/persentase-jumlah-nasabah-bank-syari-ah-di-indonesia>. Diakses pada tanggal 4 Januari 2020 pukul 08:46

Jumlah Bank	11	11	12	12	13	13
Jumlah Kantor Bank	1.734	1.987	2.163	1.990	1.869	1.825
Bank Asing & Campuran						
Jumlah Bank	23	23	21	21	21	21
Jumlah Kantor Bank	502	504	396	331	445	388
Jumlah						
Bank	120	120	119	118	116	115
Kantor Bank	29.945	31.847	32.739	32.963	32.730	32.285

Sumber: Statistik Perbankan Indonesia

Dari data di atas pula dapat diketahui bahwa jumlah bank dan kantor layanan perbankan syariah masih dikatakan minim jika dibandingkan dengan perbankan konvensional. Dengan perbandingan jumlah bank syariah dan konvensional sebanyak 13 berbanding 102, sedangkan untuk jumlah kantor bank syariah dan konvensional sebesar 1.825 berbanding 30.460 per tahun 2017.⁵ Hal tersebut juga menunjukkan pertumbuhan dan perkembangan perbankan syariah masih dikatakan belum begitu pesat.

Sebagai upaya untuk menciptakan citra positifnya, pada tahun 2016 BRISyariah kemudian melakukan *rebranding logo* guna menumbuhkan *brand equity* BRISyariah semakin kuat

⁵ <https://www.bps.go.id/statictable/2015/09/28/1856/bank-dan-kantor-bank-2010-2017.html> diakses pada tanggal 4 Januari 2020 pukul 09:03

seiring diraihnya predikat bank syariah terbesar ketiga berdasarkan jumlah asetnya.⁶ Disamping predikat bank terbesar ketiga dilihat dari jumlah asetnya, diketahui pula bahwa beberapa kelebihan yang ditawarkan BRI Syariah melalui *website* resminya antara lain untuk pembukaan rekening tabungan setoran yang lebih ringan yakni Rp.100.000,; kemudian bebas biaya administrasi setiap bulan dan kartu atm dengan syarat saldo nasabah tidak kurang dari Rp.50.000,; serta dilengkapi dengan fasilitas *e-chanel*. Kelebihan lain yang dapat ditawarkan BRI Syariah adalah kemudahan nasabah dalam melakukan transaksi serta dapat dijangkau.

Dikutip dari republika.co.id, BRI Syariah berhasil meraih penghargaan *Satisfaction Loyalty Engagement (SLE) Awards* 2019 kategori bank umum syariah melalui survei yang dilakukan oleh MRI (*Marketing Research Indonesia*). Hal itu membuktikan bahwa BRI Syariah telah berhasil menjaga indeks loyalitas nasabahnya sepanjang tahun 2018.⁷

⁶<https://www.brisyariah.co.id> diakses pada tanggal 10 Januari 2020 pukul 15:10

⁷<https://www.google.com/amp/s/m.republika.co.id/amp/poeex7423> diakses pada tanggal 15 Januari 2020 pukul 11:35

Namun, dikutip dari Rakyatku.Com diketahui bahwa hasil survei terbaru tahun 2020 menobatkan bank Muamalat sebagai bank syariah dengan loyalitas nasabah tertinggi di Indonesia. Dimana penghargaan tersebut merujuk pada hasil survei SLE 2020 yang diselenggarakan oleh MRI bekerjasama dengan info bank.⁸ Hal ini menunjukkan penurunan kinerja dari BRI Syariah sehingga tingkat loyalitas nasabah bank BRI Syariah pun mengalami penurunan.

Menurut Yesenia dan Siregar dalam Satria Putra Margono menjelaskan bahwa ketika pelanggan merasa puas, maka upaya yang perlu dilakukan adalah menjaga kesetiaan atau loyalitas para pelanggan. Adapun kepuasan pelanggan dapat terwujud dari persepsi pelanggan akan kualitas produk atau jasa.⁹ Sederhananya loyalitas bisa terbentuk dari hasil perasaan puas pelanggan yang timbul sebagai akibat dari persepsinya akan produk atau jasa yang digunakan.

⁸ Abu Asyraf. *Survei Terbaru: Bank Muamalat, Bank Syariah dengan Nasabah Paling Loyal di Indonesia*. <http://news.rakyatku.com/read/176631/2020/01/16/survei-terbaru-bank-muamalat-bank-syariah-dengan-nasabah-paling-loyal-di-indonesia> diakses pada tanggal 3 Februari 2020 pukul 19:38

⁹ Satria Putra Margono. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan GO-JEK (Studi pada konsumen Go-Jek di Surakarta)*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2019, hal 3

Dalam buku yang ditulis oleh Jacky Mussry dkk, menjelaskan bahwa faktor emosional berpengaruh terhadap penilaian pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan. Hal itu pun kembali dipertegas dengan pendapat Daniel Goleman seorang tokoh psikolog kontemporer dalam Jacky. Daniel Goleman menjelaskan bahwa “*first felling, second thoughts. The challege is how we touch the feelings and emotion a gate to get into the cutomer’s heart*”.¹⁰ Artinya bahwa pendekatan secara emosional terhadap pelanggan dapat menentukan penilaian pelanggan akan layanan jasa yang ia dapatkan.

Hal ini pun sejalan dengan apa yang disampaikan oleh Zulfikar selaku perwakilan OJK wilayah Sumatera Selatan Dalam *Talkshow* yang diselenggarakan oleh PAKIES pada tanggal 29 Januari 2020 di RAFA Tower dengan tema “Meneropong Peluang & Tantangan Ekonomi Syariah Tahun 2020”. Beliau menjelaskan bahwa “*Berdasarkan survei yang dilakukan oleh OJK, pada dasarnya tingkat loyalitas masyarakat terhadap perbankan (konvensional maupun*

¹⁰Jacky Mussry, michael hermawan, Taufik, Yuswohadi Hasan, Paul Patty, Suryo Soekarno, Alexander Mulya. *Markplus Marketing The Second Gener & Ion.*(Jakarta: Gramedia,2007) , hal 155

syariah) itu hanya kurang lebih 5% saja. Sisanya, masyarakat membutuhkan perbankan karena faktor rasional.” Adapun faktor rasional yang dimaksud disini adalah akses, kebutuhan masyarakat akan layanan perbankan, dan yang paling penting adalah beliau mengatakan tingkat keuntungan. Artinya, penggunaan layanan jasa perbankan tidak hanya sekedar baik dalam hal pelayanannya. Namun, faktor apakah penggunaan layanan jasa perbankan dapat memberikan keuntungan bagi penggunanya.¹¹

Sebagai upaya untuk tetap mempertahankan gelar tersebut pimpinan menyebutkan bahwa BRI syariah terus berinovasi untuk tetap memberikan pelayanan yang optimal kepada seluruh nasabah BRI Syariah guna mempertahankan kualitas pelayanan. Salah satu inovasi yang bisa dilakukan adalah pelayanan yang terpenetrasi dengan teknologi. Apalagi di masa sekarang ini, masyarakat cenderung menginginkan segala sesuatu itu mudah, cepat, nyaman dan bebas. Nasabah umumnya akan memilih bank yang mampu memberikan manfaat dan keuntungan maksimal dengan resiko pengorbanan

¹¹ Hasil *talkshow* yang diselenggarakan oleh PAKIES di RAFA Tower pada tanggal 29 Januari 2020

yang kecil. Hampir semua bank berlomba-lomba untuk menciptakan teknologi yang terbaru dan tercanggih, supaya tidak ketinggalan dengan bank pesaing, serta dapat menarik minat nasabah untuk mencoba produk yang ditawarkannya tersebut.¹²

Seperti yang diketahui bersama bahwa penggunaan teknologi di era digital seperti ini sangatlah dibutuhkan. Faktor kemudahan dan kecepatan menjadi alasannya. Dikutip dari republika.com Direktur Utama BRI Syariah Moch Hadi Santoso mengatakan bahwa *“Selain terus meningkatkan pelayanan secara langsung, transformasi secara digital pun terus dikembangkan. Peningkatan kualitas layanan serta produk-produk BRI Syariah, kami berharap bahwa nasabah akan semakin puas dan loyal”* imbuhnya.¹³

Untuk menyiasati hal tersebut, pihak bank menyediakan layanan *electronic channel* atau dikenal secara luas sebagai *e-banking* untuk memenuhi kebutuhan melakukan transaksi

¹²Khoirini, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Electronic Channel (E-Channel) Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi pada PT Bank BRI Syariah Kantor Cabang Bandar Lampung)*. Skripsi, (Lampung: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung)

¹³ <https://www.google.com/amp/s/m.republika.co.id/amp/poeex7423> diakses pada tanggal 15 Januari 2020 pukul 11:35

perbankan, selain yang tersedia di kantor cabang dan ATM. Dengan menggunakan layanan *e-channel*, nasabah bank tidak perlu lagi bersusah payah dan membuang waktu untuk antri di kantor-kantor bank atau ATM. Karena saat ini banyak transaksi perbankan dapat dilakukan dimanapun, dan kapanpun secara mudah dan praktis melalui jaringan elektronik seperti internet dan handphone. Sebagai contoh, transfer dana antar rekening maupun antar bank, pembayaran tagihan, pembelian pulsa isi ulang ataupun pengecekan mutasi dan saldo rekening.¹⁴

Electronic Channel atau *e-channel* menurut Candra Ahmadi dan Dadang Hermawan dikutip dalam penelitian Khoirini, *e-channel* adalah layanan perbankan yang menggunakan media elektronik, baik itu *mobile banking*, SMS *Banking*, Internet, Internet bisnis, dan *mobile ATM*. Dengan *e-channel*, serasa ATM dalam gengaman.¹⁵ Kini hampir semua perbankan menerapkan layanan *electronic channel* atau *electronic banking* tanpa terkecuali Bank BRI Syariah. Bank

¹⁴Layanan Perbankan: Electronic Channel (E- Banking). <http://bankernote.com/layanan-perbankan-electronic-channel-e-banking/>. Di akses 23 November 2019

¹⁵Khoirini, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Electronic Channel (E-Channel) Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi pada PT Bank BRISyariah Kantor Cabang Bandar Lampung)*. Skripsi, (Lampung: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung)

BRI Syariah dengan layanan *e-channel* nya mencoba menawarkan suatu teknologi perbankan yang praktis, mudah, dan aman untuk digunakan oleh nasabahnya. Layanan *e-channel* pada bank BRISyariah ini meliputi ATM dan *Debit cards*, SMSBris, *MobileBris*, *Cash Management System (CMS)*, dan *Internet Banking Bris*.¹⁶ Pada kajian umum, *service quality* dan kepuasan pelanggan sering di identifikasikan sebagai upaya dalam memprediksi kinerja keuangan perusahaan. Oleh karenanya bank harus memberikan nilai pelayanan yang tinggi kepada nasabahnya.

Salah satu layanan *e-channel* adalah *internet banking* dan *mobile banking*. Fasilitas Internet Banking BRI Syariah merupakan layanan transaksi perbankan melalui jaringan internet yang dapat diakses selama 24 jam, kapanpun dan dimanapun nasabah berada dengan menggunakan *personal computer*, *notebook* atau *smartphone* selama terdapat koneksi jaringan internet.¹⁷ Nasabah akan semakin menikmati kemudahan dan keamanan dalam bertransaksi. Dengan *Internet*

¹⁶www.Brisyariah.co.id. Diakses pada 20 November 2019

¹⁷Khoirini, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Electronic Channel (E-Channel) Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi pada PT Bank BRISyariah Kantor Cabang Bandar Lampung)*. Skripsi, (Lampung: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung)

Banking BRI Syariah, nasabah dapat melakukan transaksi non financial, seperti informasi saldo dan mutasi rekening, dan transaksi financial, seperti transfer antar rekening BRI Syariah, transfer *online* Antar Bank, SKN (Kliring) dan RTGS. Untuk kenyamanan dan keamanan bertransaksi, *Internet Banking* BRI Syariah dilengkapi dengan dukungan keamanan jaringan SSL (*Secure Socket Layer*) bersertifikat *Verisign 128 bit* dan *e-token* BRI Syariah.

Mobile banking atau biasa disebut *m-banking* merupakan suatu layanan perbankan yang diberikan oleh pihak bank untuk mendukung kelancaran dan kemudahan kegiatan perbankan. Keefektifan dan keefisienan nasabah untuk melakukan berbagai transaksi. *Mobile banking* merupakan bagian dari teknologi *e-banking* yang merupakan suatu terobosan layanan informasi perbankan via *wireless* terbaru meskipun sudah didahului dengan adanya ATM, telepon dan *internet banking* dalam mendukung kegiatan perbankan, tetapi *mobile banking* memiliki keunggulan lain untuk transaksi

menjadi lebih singkat dan efisien.¹⁸ *M-banking* tidak akan berjalan, jika tidak didukung oleh telepon seluler dan internet. Setiap orang yang memiliki ponsel dapat memanfaatkan fasilitas ini, untuk bertransaksi di mana saja dan kapan saja dengan mudah.

Pada saat yang bersamaan, teknologi ini pulalah yang akan menjadi senjata bagi bank yang bersangkutan untuk bersaing dengan bank–bank lainnya, terutama dalam usahanya untuk menciptakan suatu produk pelayanan yang lebih murah, lebih baik, dan lebih cepat. Berikut, dijelaskan beberapa teknologi layanan perbankan antara lain adalah *Mobil Banking* (Wiji Nurastuti, 2011:110).¹⁹ Salah satu produk *mobile banking* tersebut adalah *sms banking*. SMS Banking merupakan salah satu alternatif elektronik channel yang menggunakan mobile phone banking sebagai *device*-nya dan *messaging system* atau *short message system* (SMS) sebagai media transaksinya. Layanan ini diharapkan mampu memberikan kemudahan

¹⁸Andika Febrianta dan Dra. Indrawati M.M., Ph.D., *Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BCA di Kota Bandung*. Jurnal e-Proceeding of Management : Vol.3, No.3 December 2016

¹⁹Agus Yan Praptasang, Elva Nuraina dan Purweni Widhianningrum, *Pengaruh Kualitas Layanan SMS Banking Terhadap Loyalitas Nasabah PT Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Madiun*. Jurnal Akuntans dan Pendidikan, Vol. 4 No.1, April 2015

kepada nasabah dalam bertransaksi *any time, any where, any device*.

Berdasarkan hasil dari penelitian terdahulu, diketahui bahwa terdapat *research gap* antara variabel kualitas pelayanan dan *e-banking* sebagai variabel bebas dan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening terhadap variabel terikat yaitu loyalitas nasabah. Berikut adalah *research gap* dari penelitian ini:

Tabel 1.2

Research Gap Kualitas Pelayanan Internet Banking Terhadap Loyalitas

	Hasil Penelitian	Peneliti
Pengaruh <i>Internet Banking</i> terhadap Loyalitas	Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan <i>internet banking</i> terhadap loyalitas nasabah	Dewi Rosa Indah (2016)
	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan <i>internet banking</i>	Adinoto Nursiana (2015)

	tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah	
--	---	--

Sumber : dikumpulkan dan diolah dari berbagai sumber 2020

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas yang diteliti oleh Dewi Rosa Indah hasilnya menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas layanan *internet banking* terhadap loyalitas. Namun berbeda dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Adinoto Nursiana dimana hasilnya menunjukkan bahwa kualitas layanan *internet banking* tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Tabel 1.3

***Research Gap* Kualitas Pelayanan *Mobile Banking* Terhadap Loyalitas**

Pengaruh	Hasil penelitian	Peneliti
<i>Mobile Banking</i> Terhadap Loyalitas	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan <i>mobile banking</i> berpengaruh dan signifikan	Niko (2016)

	terhadap loyalitas nasabah	
	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan <i>mobile banking</i> tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah	Adinoto Nursiana (2015)

Sumber : dikumpulkan dan diolah dari berbagai sumber 2020

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Markonah menjelaskan bahwa kualitas pelayanan *mobile banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas. Hal ini bertolak belakang dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Adinoto Nursiana yang menjelaskan bahwa kualitas pelayanan *mobile banking* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Tabel 1.4

***Research Gap* Kualitas Pelayanan *Internet Banking* Terhadap
Kepuasan**

	Hasil Penelitian	Peneliti
Pengaruh <i>Internet Banking</i> Terhadap Kepuasan	Kualitas pelayanan <i>internet banking</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan	Yusnaini (2010)
	Kualitas pelayanan <i>internet banking</i> berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah	Ana Rijeki Sabiyatunnadhif (2016)

Sumber : dikumpulkan dan diolah dari berbagai sumber 2020

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Yusnaini diketahui bahwa kualitas pelayanan *internet banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh Ana Rijeki Sabiyatunnadhif

diperoleh hasil penelitiannya adalah kualitas pelayanan *internet banking* positif tetapi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Tabel 1.5

***Research Gap* Kualitas Pelayanan *Mobile Banking* Terhadap
Kepuasan**

	Hasil Penelitian	Peneliti
Pengaruh <i>Mobile Banking</i> Terhadap Kepuasan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan <i>mobile Banking</i> memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah	Andika Febrianta dan Indrawati (2016)
	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan <i>mobile Banking</i> tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah	Pratiwi Kusumaningrum

Sumber : dikumpulkan dan diolah dari berbagai sumber 2020

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Andika Febrianta dan Indrawati diketahui bahwa kualitas pelayanan *mobile banking* memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi Kusumaningrum hasil penelitiannya menunjukkan bahwa kualitas pelayanan *mobile banking* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Tabel 1.6

***Research Gap* Kepuasan Terhadap Loyalitas**

	Hasil Penelitian	Peneliti
Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas	Kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas	Markonah (2017)
	Tidak terdapat pengaruh antara kepuasan terhadap loyalitas	Ahmad Nurul Huda dan Sri Wahyuni

Sumber : dikumpulkan dan diolah dari berbagai sumber 2020

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Markonah menunjukkan adanya pengaruh signifikan dengan arah positif

antara kepuasan terhadap loyalitas nasabah. Sedangkan dalam penelitian Ahmad Nurul Huda dan Sri Wahyuni menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara kepuasan terhadap loyalitas nasabah.

Adanya berbagai kemudahan layanan perbankan tersebut, diharapkan nasabah merasa puas dalam menggunakan berbagai macam jasa yang diberikan oleh pihak bank. *E-Channel* ini diharapkan akan mampu membantu mengukur kualitas pelayanan *e-channel* terhadap loyalitas nasabah dan mengidentifikasinya untuk dimanfaatkan guna mempertahankan eksistensi BRI Syariah diberbagai aspek layanan sehingga laba akan terus bertahan dan mampu ditingkatkan.²⁰

Berdasarkan dari latar belakang di atas, maka judul penelitian ini berjudul: “ **Pengaruh Kualitas Pelayanan *Electronic Channel (E-Channel)* Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening di BRI Syariah KCP Palembang Sudirman**”

²⁰May Fanny Eka Putrid An Dodie Tricahyono, Ph.D, Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik(*E-Servqual*) Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna *Mobile Banking* (Studi Kasus Pada BriUnit Jatiwaringin Cabang Kramat Jati Jakarta Timur Tahun 2014).

B. Batasan Masalah

Untuk memfokuskan penulisan dan memudahkan analisa, maka penulis perlu membuat batasan-batasan masalah. Batasan-batasan masalah dalam penulisan ini yaitu responden merupakan pengguna atau pernah menggunakan layanan *electronic channel (e-channel)* seperti *internet banking* dan *mobile banking* yang ada di BRI Syariah. Objek penelitian dibatasi pada nasabah Bank BRI Syariah KCP Palembang Sudirman.

C. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas maka dapat di ambil rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan *internet banking* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah BRI Syariah KCP Palembang Sudirman?
2. Apakah kualitas pelayanan *mobile banking* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah BRI Syariah KCP Palembang Sudirman?

3. Apakah kualitas pelayanan *internet banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BRI Syariah KCP Palembang Sudirman?
4. Apakah kualitas pelayanan *mobile banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BRI Syariah KCP Palembang Sudirman?
5. Apakah kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah BRI Syariah KCP Palembang Sudirman?
6. Apakah kualitas pelayanan *internet banking* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah BRI Syariah KCP Palembang Sudirman dengan kepuasan nasabah sebagai variabel *intervening*?
7. Apakah kualitas pelayanan *mobile banking* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah BRI Syariah KCP Palembang Sudirman dengan kepuasan nasabah sebagai variabel *intervening*?

D. Tujuan Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat beberapa tujuan yang ingin dicapai, tujuan tersebut yaitu:

1. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan *internet banking* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah BRI Syariah KCP Palembang Sudirman.
2. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan *mobile banking* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah BRI Syariah KCP Palembang Sudirman.
3. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan *internet banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BRI Syariah KCP Palembang Sudirman.
4. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan *mobile banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BRI Syariah KCP Palembang Sudirman.
5. Untuk mengetahui apakah kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah BRI Syariah KCP Palembang Sudirman.

6. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan *internet banking* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah BRI Syariah KCP Palembang Sudirman dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening.
7. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan *mobile banking* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah BRI Syariah KCP Palembang Sudirman dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening

E. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan acuan bagi penulis berikutnya dalam melakukan penelitian selanjutnya dan dapat dijadikan pengetahuan tambahan mengenai loyalitas dan kepuasan nasabah di BRI Syariah.

2. Manfaat Praktis

- a) Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan masukan dan pertimbangan dalam mengembangkan dan menyempurnakan kebijakan perusahaan, terutama yang berhubungan dengan kualitas layanan *electronic channel (e-channel)* yang terdiri dari kualitas layanan *internet banking dan mobile banking*, dan loyalitas nasabah serta kepuasan nasabah sehingga bisa mempertahankan jumlah pelanggan dan bisa meningkatkan jumlah pengguna jasa perbankan BRI Syariah.

b) Bagi Penulis

Untuk mengetahui penerapan teori yang diperoleh di bangku perkuliahan dengan realita yang terjadi di lapangan, mengenai masalah-masalah yang ada dalam pemasaran khususnya tentang kualitas layanan *electronic channel (e-channel)* yang terdiri dari kualitas layanan *internet banking dan mobile banking*, dan loyalitas nasabah serta kepuasan nasabah.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini merupakan pendahuluan yang menguraikan latar belakang penelitian, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II: LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Bab ini membahas tinjauan pustaka dari beberapa teori dari berbagai sumber-sumber referensi buku dan jurnal yang relevan dengan masalah yang ingin diteliti, penelitian sebelumnya yang menjadi landasan penulisan untuk melakukan penelitian ini, kerangka pikir teoritis serta hipotesis penelitian yang akan di uji.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang desain penelitian, sumber dan jenis data, populasi dan sampel penelitian, teknik pengumpulan

data, variabel-variabel penelitian, teknik pengumpulan data (uji asumsi klasik dan uji hipotesis).

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini terdiri dari gambaran umum tentang objek penelitian, karakteristik responden, data deskriptif, hasil analisis data, hasil pengujian hipotesis, dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V: SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bab terakhir dimana penulis keberhasilan tujuan dari penelitian. Simpulan juga menunjukkan hipotesis mana yang didukung dan mana yang tidak bisa didukung oleh data. Saran-saran yang berisi keterbatasan dari penelitian yang telah dilakukan dan saran bagi penelitian yang akan datang.