

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pemikiran masyarakat Indonesia tentang dunia perbankan mulai terbuka yang ditunjukkan dengan masyarakat mulai menyimpan uang di bank. Hal tersebut dibuktikan dengan data statistik Bank Indonesia (BI) pada triwulan ketiga tahun 2013 yaitu terjadinya peningkatan penghimpunan dana pihak ketiga (DPK) bank umum sebesar 15,61 persen (Majalah info bank edisi Januari, 2014:24).

Kini persaingan di dunia perbankan semakin kompetitif dan tajam. Kemampuan bank-bank dalam mengelola pertumbuhan tidak terlepas dari usaha-usaha yang dilakukan untuk menjaga dan meningkatkan loyalitas nasabah terhadap jasa yang ditawarkan. Bank perlu menjaga hubungan dengan para nasabahnya karena hal tersebut akan penting untuk kesuksesan bank pada masa kini dan mendatang (Berry dan Gresham (1986) dalam Nor Asiah Omar, Che Wel, Abd Aziz, dan Shah Alam, 2013:33).

Menurut Lin Jiang, Minjoon Jun, dan Zhilin Yang (2015:306), menjelaskan bahwa manfaat yang dirasakan nasabah memberikan efek positif terhadap loyalitas nasabah terhadap perusahaan. Manfaat yang dirasakan nasabah tidak harus berhubungan langsung dengan biaya yang harus dikeluarkan oleh nasabah ketika menggunakan jasa bank tetapi lebih kepada jasa yang ditawarkan bank sangat berguna untuk nasabah. Ketika manfaat yang dirasakan nasabah

semakin tinggi maka juga akan meningkatkan loyalitas nasabah (Oliver dan DeSarbo (1988) dalam Lin Jiang *et al*, 2015:306).

Menurut Wilson (1998) dalam Yudi Sutarso (2017:97), setiap nasabah memiliki persepsi yang berbeda-beda dalam menggunakan jasa yang ditawarkan oleh bank. Adanya perbedaan karakteristik dan sifat menjadikan nasabah dapat didefinisikan menjadi laki-laki dan perempuan (gender). Adanya perbedaan tersebut menyebabkan terjadinya perbedaan dari manfaat yang dirasakan oleh nasabah terhadap jasa yang ditawarkan oleh bank. Perbedaan sifat dan karakteristik juga memungkinkan terjadinya perbedaan loyalitas nasabah terhadap bank.

Bank harus menjaga kualitas pelayanan agar nasabah loyal terhadap perusahaan. Menurut Cronin *et al* (2000) dalam Lin Jiang *et al* (2015:305), kualitas pelayanan yang dirasakan secara keseluruhan dianggap memiliki hubungan yang positif signifikan dengan manfaat yang dirasakan nasabah sehingga juga akan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

Dalam dimensi program loyalitas, ketika nasabah merasakan imbal balik dari program yang diselenggarakan oleh perusahaan sesuai dengan pengorbanan yang dilakukan maka manfaat yang dirasakan oleh nasabah akan menjadi efektif untuk meningkatkan loyalitas nasabah. Program loyalitas dianggap sebagai cara yang efektif untuk meningkatkan loyalitas nasabah (Nor Asiah Omar *et al*, 2013:33).

Selain kualitas pelayanan, bank juga harus menjaga program loyalitas yang berguna untuk nasabah. Berdasarkan website resmi BRI (Bank Rakyat

Indonesia), program loyalitas yang ditawarkan oleh BRI adalah BRIpoin. Program tersebut dilaksanakan dengan memberikan poin ketika nasabah melakukan transaksi melalui layanan elektronik yang disediakan oleh BRI, seperti ATM (*Automatic Teller Machine*), *Mobile Banking*, *Internet Banking*, dan *SMS Banking*, yang dapat ditukar dengan hadiah langsung.

Berikut data mengenai dampak kinerja program loyalitas terhadap loyalitas nasabah pada tahun 2012-2013.

Tabel 1.2
KINERJA PROGRAM LOYALITAS

Rangking	Tahun 2012	Tahun 2013
1	BCA	BCA
2	MANDIRI	MANDIRI
3	BRI	BNI
4	BNI	BRI
5	DANAMON	DANAMON

Sumber: Majalah Infobank edisi Januari 2014

Berdasarkan data pada tabel 1.2 terdapat lima peringkat bank dalam survei kinerja program loyalitas (*loyalty program performance*) 2012-2013. BRI berada pada peringkat tiga pada tahun 2012, sedangkan pada tahun 2013 terjadi penurunan peringkat kinerja menjadi peringkat empat. Hal tersebut mengindikasikan terjadinya penurunan tingkat kinerja program loyalitas yang diselenggarakan oleh BRI. Dapat dikatakan, kemungkinan terjadinya penurunan manfaat yang dirasakan nasabah terhadap program loyalitas yang diselenggarakan oleh BRI sehingga dapat memungkinkan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah terhadap BRI. Berdasarkan data tersebut juga perlu adanya penelitian mengenai “Pengaruh Kualitas Program Loyalitas dan Layanan Elektronik terhadap Loyalitas

di Mediasi Manfaat Yang Dirasakan dan di Moderasi oleh Gender pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia di Surabaya”.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan di atas, maka dapat disimpulkan rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah hadiah (*reward*) berpengaruh positif terhadap manfaat yang dirasakan (*perceived value*) nasabah BRI di Surabaya?
2. Apakah kegunaan informasi (*information usefulness*) berpengaruh positif terhadap manfaat yang dirasakan nasabah BRI di Surabaya?
3. Apakah kemudahan penggunaan (*ease of use*) berpengaruh positif terhadap manfaat yang dirasakan nasabah BRI di Surabaya?
4. Apakah keamanan (*security*) berpengaruh positif terhadap manfaat yang dirasakan nasabah BRI di Surabaya?
5. Apakah manfaat yang dirasakan berpengaruh positif terhadap loyalitas (*customer loyalty*) nasabah BRI di Surabaya?
6. Apakah gender memoderasi hubungan manfaat yang dirasakan terhadap loyalitas nasabah BRI di Surabaya?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusuan masalah, adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menganalisis pengaruh hadiah terhadap manfaat yang dirasakan nasabah BRI di Surabaya.

2. Menganalisis pengaruh kegunaan informasi terhadap manfaat yang dirasakan nasabah BRI di Surabaya.
3. Menganalisis pengaruh kemudahan penggunaan terhadap manfaat yang dirasakan nasabah BRI di Surabaya.
4. Menganalisis keamanan terhadap manfaat yang dirasakan nasabah BRI di Surabaya.
5. Menganalisis pengaruh manfaat yang dirasakan terhadap loyalitas nasabah BRI di Surabaya.
6. Menganalisis gender memoderasi hubungan manfaat yang dirasakan terhadap loyalitas nasabah BRI di Surabaya.

1.4. Manfaat Penelitian

Dari tujuan yang telah dikemukakan di atas, adapun manfaat dari dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi BRI

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi suatu masukan bagi BRI agar terus menerapkan strategi-strategi baru dalam menerapkan program loyalitas, dan layanan elektronik sehingga dapat menjadikan nasabah loyal terhadap BRI.

2. Bagi STIE Perbanas Surabaya

Penelitian ini diharapkan dapat menambah koleksi di perpustakaan dan menjadi bacaan ilmiah, serta dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

3. Bagi peneliti

Penelitian ini bermanfaat bagi peneliti untuk mengembangkan ilmu-ilmu perbankan yang telah di dapatkan selama masa perkuliahan dan untuk mengaplikasikan teori perbankan di dalam dunia perbankan yang sesungguhnya.

1.5. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dan dapat dipahami oleh pembaca, maka penulis membagi pembahasan dalam penelitian ini ke dalam beberapa bab. Adapun sistematika dalam penulisan adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini berisi tentang hasil dari penelitian terdahulu, landasan teori, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan dijelaskan metode yang digunakan dalam melakukan penelitian yang meliputi rancangan penelitian, batasan penelitian, indentifikasi variabel, definisi operasional dan pengukuran variabel, populasi, sampel, dan teknik pengambilan sampel, instrumen penelitian, data dan metode pengumpulan data,

uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian, serta teknik analisis data.

BAB IV : GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Pada bab ini berisi tentang gambaran subyek penelitian dan analisis data yang telah dilakukan.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan, keterbatasan penelitian dan saran.

