

**PENGARUH KARAKTERISTIK INOVASI DAN KUALITAS  
LAYANAN TERHADAP RETENSI NASABAH  
INTERNET BANKING DI SURABAYA**

ARTIKEL ILMIAH

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian  
Program Pendidikan Sarjana  
Jurusan Manajemen



oleh :

**ARDO LUTHFIANDY MIRFAQ**

**NIM : 2012210095**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS**

**SURABAYA**

**2016**

**PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH**

Nama : Ardo Luthfiandy Mirfaq  
Tempat Tanggal Lahir : Sidoarjo, 8 November 1993  
N.I.M : 2012210095  
Jurusan : Manajemen  
Progam Pendidikan : Sarjana  
Konsentrasi : Manajemen Perbankan  
Judul : Pengaruh Karakteristik Inovasi dan Kualitas Layanan  
Terhadap Retensi Nasabah *Internet Banking* di  
Surabaya.

**Disetujui dan diterima baik oleh :**

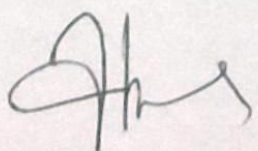
Dosen Pembimbing,

Tanggal : ...7... April... 2016

  
**Dr. Ronny, S.Kom.,M.Kom.,MH.**

Ketua Program Sarjana Manajemen,

Tanggal : 26 April 2016

  
**Dr. Muazaroh, S.E, M.T.**

# PENGARUH KARAKTERISTIK INOVASI DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP RETENSI NASABAH *INTERNET BANKING* DI SURABAYA

ARDO LUTHFIANDY MIRFAQ  
2012210095  
STIE PERBANAS SURABAYA  
Email : [ardoluthfiandy@gmail.com](mailto:ardoluthfiandy@gmail.com)

## ABSTRACT

*Internet banking has made banking activities more efficient and effective. But not many people stay to use the facility. This research goal is to analyze the effect of characteristic of innovativ and service quality on the customer retention in using internet banking. The Characteristic of innovativ is the way people addopt the new technology, while service quality is the value of services that are given by the bank to their customers. The questionnaires have been distributed to get the data from the respondents who are the users of the internet banking. This research use Multiple Regression Analysis. The results of this research showed that characteristic of inovativ and service quality affects the customer retention in using internet banking, the service quality has stronger effect than the characteristic of innovativ in affecting customer retention in using internet banking.*

*Keywords : Characteristic of Innovativ, Service Quality, Customer Retention, Internet Banking*

## PENDAHULUAN

*Internet Banking* baru diterapkan di Indonesia pertama kali secara massal oleh Bank Central Asia (BCA) pada tahun 2001. Sejak saat itu, bank-bank lain mulai mengembangkan fitur *internet banking* untuk memberi kemudahan bertransaksi kepada nasabah yang memiliki aktivitas yang padat.

Hampir setiap bank di Indonesia sudah menyediakan jasa *internet banking* untuk nasabahnya, namun tidak semua nasabah menggunakan jasa *internet banking* yang disediakan oleh bank. Sebagian nasabah memilih untuk tidak menggunakan, ada nasabah yang menggunakan *internet banking* secara aktif, namun ada juga nasabah yang memutuskan untuk tidak lagi menggunakan *internet banking* dengan alasan tertentu.

Dengan adanya internet operasional perbankan menjadi lebih mudah dikendalikan dan lebih efisien dan efektif, mempermudah transaksi yang akan

dilakukan oleh nasabah, pembayaran tagihan, transfer, cek saldo, dan lain sebagainya. Berbicara tentang nasabah, retensi nasabah menjadi isu yang sangat penting di dunia bisnis terutama untuk bisnis perbankan. Retensi nasabah memiliki pengaruh yang lebih kuat daripada keuntungan dari pangsa pasar, skala ekonomi, dan variabel lainnya yang umumnya berkaitan dengan keunggulan kompetitif.

Retensi nasabah saat ini menjadi fokus bank karena dibandingkan untuk mencari nasabah baru, mempertahankan nasabah yang sudah ada mengeluarkan biaya yang lebih rendah sehingga dapat menghemat biaya. Dalam dunia teknologi yang semakin mudah dengan adanya ponsel pintar, komputer dan laptop semakin ditinggalkan, namun dilain pihak banyak bank yang masih baru meluncurkan jasa *internet banking*, menimbulkan permasalahan yang terjadi dimana mengakses *mobile banking* lebih mudah dibandingkan mengakses *internet banking*.

Karakteristik inovasi menunjukkan kemampuan masyarakat menerima adanya teknologi atau fasilitas baru yang tersedia. Dalam hal ini, masyarakat Indonesia sudah sangat baik dalam menerima internet, laptop, dan juga ponsel pintar. Namun penerimaan teknologi itu tidak diikuti dengan penerimaan fasilitas *internet banking* yang dibuktikan dengan masih rendahnya pengguna *internet banking* di Indonesia.

Keputusan nasabah untuk bertahan menggunakan jasa sebuah bank juga karena kualitas layanan yang diberikan oleh pihak bank. Hasil penelitian yang dilakukan tentang pengaruh kualitas layanan perpesanan singkat (SMS) terhadap retensi pelanggan penyedia layanan menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan. Hal ini juga perlu diketahui oleh pihak bank, apakah layanan yang baik dalam jasa bank yang berupa *internet banking* juga perlu diperhatikan atau tidak.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui signifikansi variabel karakteristik inovasi dan kualitas layanan terhadap retensi nasabah internet banking baik secara simultan maupun parsial dan mengetahui manakah yang lebih dominan mempengaruhi.

## **KERANGKA TEORITIS YANG DIPAKAI DAN HIPOTESIS**

### **Karakteristik inovasi**

Karakteristik inovasi berkaitan dengan tingkat adopsi masyarakat terhadap produk baru (Kotler dan Armstrong, 2008:185). Kesiapan masyarakat untuk mengadopsi produk baru sangat beragam. Dalam mengukur karakteristik inovasi digunakan lima indikator yaitu keunggulan relatif, kecocokan, kompleksitas, dapat dibagi, dan kemampuan komunikasi.

### **Kualitas Layanan**

Menurut Toni Wijaya (2011:3) Kualitas layanan didefinisikan sebagai keseluruhan gabungan karakteristik jasa yang dihasilkan dari pemasaran, rekayasa, produksi, dan pemeliharaan yang membuat produk dan jasa tersebut dapat digunakan untuk memenuhi harapan. Untuk mengukur kualitas layanan digunakan lima indikator yaitu keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, benda berwujud.

### **Retensi Nasabah**

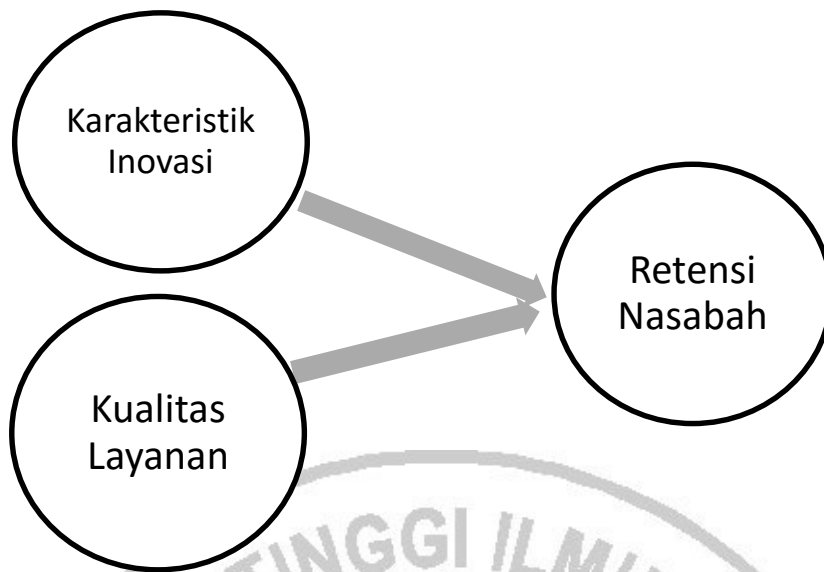
Menurut Jill Griffin (2003:5), tingkat retensi nasabah adalah presentase nasabah yang telah memenuhi sejumlah pembelian ulang selama periode waktu yang terbatas. Retensi nasabah merupakan bentuk loyalitas yang berhubungan dengan perilaku setia yang diukur berdasarkan perilaku beli nasabah yang ditunjukkan dengan tingginya frekuensi nasabah membeli suatu produk

### **Pengaruh Karakteristik Inovasi Terhadap Retensi Nasabah**

Karakteristik inovasi berhubungan dengan kemampuan nasabah dalam mengadopsi teknologi yang baru. Unsur yang mempengaruhi karakteristik inovasi adalah keunggulan relatif, kecocokan, kompleksitas, dapat dibagi, dan kemampuan komunikasi adalah unsur yang mempengaruhi pengadopsian teknologi oleh nasabah.

### **Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Retensi Nasabah**

Kualitas layanan mempengaruhi kepuasan nasabah. Ketika nasabah mendapatkan kepuasan, maka harapan dan ekspektasi nasabah juga terpenuhi sehingga keinginan nasabah untuk membeli produk yang sama akan meningkat dan kemauan untuk bertahan pada satu produk tertentu akan meningkat pula



**Gambar 1**  
**Kerangka Pemikiran**

Berdasarkan penjelasan diatas, maka didapatkan hipotesis yang dirumuskan sebagai berikut

- H1 : Karakteristik Inovasi memiliki pengaruh signifikan positif terhadap retensi nasabah *internet banking* di Surabaya
- H2 : Kualitas Layanan memiliki pengaruh signifikan positif terhadap retensi nasabah *internet banking* di Surabaya
- H3 : Karakteristik inovasi dan kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan positif secara simultan terhadap retensi nasabah *internet banking* di Surabaya

**METODE PENELITIAN**

**Sampel**

Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah seluruh nasabah *internet banking* di Surabaya dengan usia minimum 19 tahun dan menggunakan layanan *internet banking* sebanyak tiga kali dalam 3 bulan terakhir. Teknik *sampling* yang digunakan adalah

*convenience sampling* dimana sampel diambil secara acak sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan. Sebanyak 100 nasabah *internet banking* di Surabaya menjadi sampel pada penelitian ini.

**Data Penelitian**

Penelitian ini menggunakan data primer dimana metode pengumpulan data menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada nasabah *internet banking* di Surabaya sebanyak 150 kuesioner yang dibagi dan hanya 100 data yang valid yang sesuai dengan kriteria responden yang ditentukan.

**Variabel Penelitian**

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah karakteristik inovasi dan kualitas layanan sebagai variabel bebas dan retensi nasabah sebagai variabel terikat.

**Definisi Operasional Variabel**

**Karakteristik Inovasi**

Karakteristik inovasi adalah karakteristik penyerapan teknologi baru oleh masyarakat dalam hal ini teknologi yang dimaksud adalah *internet banking*. Karakteristik

inovasi diukur dari 5 indikator yaitu Tingkat kesesuaian *internet banking* dalam memenuhi kebutuhan nasabah, keunggulan layanan *internet banking* yang ditawarkan oleh pihak bank, tingkat kemudahan penggunaan layanan *internet banking* oleh nasabah, penawaran pihak bank kepada nasabah untuk mencoba layanan *internet banking*, serta kemampuan nasabah membagi pengalaman penggunaan layanan *internet banking* kepada nasabah lain.

### **Kualitas Layanan**

Kualitas layanan adalah tingkat kualitas layanan yang diberikan oleh bank kepada nasabah, dalam hal ini kualitas layanan yang dinilai adalah kualitas layanan *internet banking* yang diberikan oleh bank. Kualitas layanan dapat dinilai dengan lima indikator yaitu wujud layanan *internet banking* yang jelas, perlakuan baik oleh pihak bank dalam menyelesaikan masalah yang dihadapi oleh nasabah *internet banking*, pemberian jaminan oleh pihak bank atas penggunaan layanan *internet banking* yang disediakan, daya tanggap bank dalam menanggapi masalah yang dihadapi oleh nasabah *internet banking* di Surabaya, serta kehandalan yang ditawarkan dalam layanan *internet banking* yang digunakan.

### **Retensi Nasabah**

Retensi nasabah adalah bentuk kemauan nasabah untuk bertahan menggunakan layanan *internet banking* dan bahkan cenderung untuk menggunakan teknologi *internet banking* lagi dikemudian hari, ataupun menggunakannya untuk transaksi yang lebih besar jumlahnya. Retensi nasabah diukur dari tiga indikator yaitu alasan nasabah bertahan menggunakan *internet banking* karena sesuai dengan kebutuhan, bertahan menggunakan *internet banking* karena layanannya yang baik, dan tidak berpindah dalam jangka waktu

tertentu dan tetap menggunakan *internet banking*.

## **ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

### **Alat Analisis**

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda karena dapat menerangkan besarnya pengaruh variabel bebas dan arah ketergantungan variabel terikat terhadap variabel bebas. Model regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah :  $Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + e_i$

Keterangan:

Y = Retensi nasabah *internet banking* di Surabaya  
 $\alpha$  = Konstanta  
 $b_1$  = Koefisien regresi karakteristik inovasi  
 $b_2$  = Koefisien regresi kualitas layanan  
 $X_1$  = Karakteristik inovasi  
 $X_2$  = Kualitas layanan  
e = error (variabel pengganggu di luar variabel bebas)

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan menggunakan SPSS 21 didapatkan persamaan sebagai berikut :

$$Y = 0,743 + 0,341 X_1 + 0,471 X_2 + 0.309$$

Persamaan regresi linier di atas menjelaskan bahwa :

- Konstanta sebesar 0,743 menyatakan bahwa jika nilai karakteristik inovasi dan kualitas layanan sebesar nol, maka retensi nasabah bernilai 0,743
- Koefisien regresi karakteristik inovasi sebesar 0,341 menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan karakteristik inovasi maka retensi nasabah naik sebesar 0,341
- Koefisien regresi kualitas layanan sebesar 0,471 menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan kualitas

layanan maka retensi nasabah akan meningkat sebesar 0,471

- Standar *error* adalah standar deviasi dari nilai rata-rata. Standar error langsung dihitung dari keseluruhan data dengan menggunakan SPSS 21 dan didapatkan hasil sebesar 0,309.

ANOVA<sup>b</sup>

| Model        | F      | Sig.              |
|--------------|--------|-------------------|
| 1 Regression | 53,802 | .000 <sup>b</sup> |
| Residual     |        |                   |
| Total        |        |                   |

### Hasil Uji F

Dari tabel hasil uji F menunjukkan bahwa angka pada kolom *Sig* menunjukkan angka 0,000 yang berarti angka ini dibawah nilai angka 0,05 sehingga dapat dikatakan bahwa secara simultan variabel karakteristik inovasi dan kualitas layanan berpengaruh secara simultan

Nasabah *internet banking* di Surabaya memutuskan bertahan menggunakan *internet banking* selain dari faktor karakteristik inovasi dari nasabah juga mempertimbangkan kualitas layanan yang diberikan oleh bank kepada nasabah.

Coefficients<sup>a</sup>

| Model        | t     | Sig. |
|--------------|-------|------|
|              |       |      |
| 1 (Constant) | 2,402 | ,018 |
| KARAKTER     | 3,497 | ,001 |
| KUALITAS     | 4,552 | ,000 |

### Hasil Uji t

#### Pengaruh Karakteristik Inovasi terhadap retensi nasabah

Dari tabel hasil uji t yang dilakukan menunjukkan bahwa angka pada kolom *sig.* menunjukkan angka dibawah 0,05 sehingga dapat dikatakan bahwa variabel karakteristik inovasi dan kualitas layanan berpengaruh signifikan positif secara parsial terhadap retensi nasabah pengguna *internet banking* di Surabaya.

Dari data yang didapat dan diolah, menunjukkan bahwa karakteristik inovasi berpengaruh signifikan positif terhadap retensi nasabah *internet banking* di Surabaya. Dapat dikatakan bahwa nasabah *internet banking* di Surabaya memutuskan untuk bertahan menggunakan *internet banking* karena tingkat adaptasi yang tinggi. Dari lima indikator yang digunakan untuk mengukur variabel karakteristik inovasi, responden lebih setuju jika alasan kemudahan penggunaan *internet banking* menjadi alasan mengapa nasabah mau bertahan menggunakan *internet banking*.

Dari data yang diolah, menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan positif terhadap retensi nasabah *internet banking* di Surabaya. Sehingga pernyataan bahwa kualitas layanan mempengaruhi keputusan nasabah untuk bertahan menggunakan *internet banking* di Surabaya dapat diterima. Dari lima indikator yang digunakan dalam penelitian ini, responden lebih melihat dari fitur yang tersedia pada layanan *internet banking* ketika mengambil keputusan untuk bertahan menggunakan *internet banking*.

### KESIMPULAN, IMPLIKASI, KETERBATASAN, DAN SARAN

Karakteristik inovasi dan kualitas layanan berpengaruh signifikan positif terhadap retensi nasabah *internet banking* di Surabaya baik secara simultan maupun parsial. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan lebih besar pengaruhnya dibandingkan karakteristik inovasi hal ini disebabkan karena

kurangnya tingkat adaptasi nasabah terhadap *internet banking* sehingga beberapa nasabah tidak lagi menggunakan *internet banking*. Pada penelitian ini, banyak responden yang enggan mengisi kuesioner yang disediakan sehingga butuh waktu lebih lama untuk mengumpulkan data.

Merujuk pada hasil penelitian, disarankan bagi bank agar meningkatkan sosialisasi tentang *internet banking* kepada nasabah dan menjelaskan tentang manfaat *internet banking*. Selain itu, kualitas layanan yang sudah tersedia terus dikembangkan dan ditingkatkan sesuai dengan kebutuhan nasabah. Untuk peneliti selanjutnya, apabila akan melakukan penelitian yang sejenis disarankan untuk menggunakan variabel yang lain dan akan lebih baik jika menggunakan penelitian kualitatif dan menggunakan metode wawancara.

#### DAFTAR RUJUKAN

- Ahmad, Zulfqar. Ishfaq Ahmed, Muhammad Musarrat Nawaz, Ahmad Usman, Muhammad Zeesahan Shaukat, and Naveed Ahmad. 2010. "Impact of Service Quality of Short Messaging Service on Customers Retention; an Empirical Study of Cellular Companies of Pakistan". *International Journal of Business and Management Vol. 5, No. 6*
- Barnes, James G., 2003. *Secrets of customer relationship management*. Diterjemahkan oleh Andreas Winardi. Yogyakarta. Andi
- Bin Ismail, Hishamuddin dan Mohammad Fateh Ali Khan Panni. 2009. "Factors Affecting Customer Retention Toward Internet Banking in Malaysia". *Journal of Information & Knowledge Management, Vol. 8, No. 1*
- Danang Sunyoto, 2012. *Konsep dasar riset pemasaran dan perilaku konsumen*. CAPS
- \_\_\_\_\_, 2012. *Dasar-dasar manajemen pemasaran*. CAPS
- Danesh, Seiedeh Nasrin. Saeid Ahmadi Nasab, Kwek Choon Ling. 2012. "The Study of Customer Satisfaction, Customer Trust and Switching Barriers on Customer Retention in Malaysia Hypermarkets". *International Journal of Business and Management Vol 7, No. 7*
- Dhorifi Zumar. 2013. 34% nasabah sudah melek *internet banking* ([www.marsindonesia.com/new-sletter](http://www.marsindonesia.com/new-sletter))
- Griffin, Jill. 2003. *Customer Loyalty : How to Earn It, How to Keep It by Jill Griffin*. Diterjemahkan oleh Dr. Dwi Kartini Yahya. Erlangga.
- Imam Ghozali, 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Edisi pertama. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang
- Kotler, P., & Armstrong G. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 11. Jakarta : Indeks.
- \_\_\_\_\_, K. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jakarta : Erlangga.



Pengguna *online* dan *mobile banking*  
didominasi usia muda  
([www.financeroll.co.id/news](http://www.financeroll.co.id/news))

*Relationship marketing, customer trust,*  
*customer satisfaction, customer*  
*retention*  
([www.kafebisnis2010.wordpress.com](http://www.kafebisnis2010.wordpress.com))

Syofian Siregar, 2013. *Metode penelitian*  
*kuantitatif*. edisi pertama.  
Kencana Prenamedia Grup

Tony Wijaya, 2011. *Manajemen kualitas*  
*jasa*. Jakarta : Indeks

Win Esti, Nawazirul dan Andi Wijayanto.  
2013. “Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap  
Retensi Pelanggan Melalui Kepuasan”.  
*Diponegoro Journal Of Social And Politic*  
*Tahun 2013*.

