

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang masalah

Loyalitas umumnya dipahami sebagai "komitmen yang dipegang teguh untuk membeli kembali atau mengulang ulang produk/layanan yang disukai secara konsisten di masa depan, sehingga menyebabkan berulang upaya pemasaran yang memiliki potensi untuk beralih perilaku". Loyalitas konsumen tidak hanya diukur dari pembelian produk suatu merek yang berulang-ulang. Loyalitas konsumen pun dapat diukur dengan pembelian produk yang berbeda namun mereknya tetap sama. Adapun faktor-faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas konsumen yaitu kesesuaian gaya hidup, pengalaman merek dan religiusitas merek. Kepercayaan dalam menggunakan, kesetiaan dalam menggunakan, religiusitas yang bisa diterapkan, dan respon setelah menggunakan fitur *internet banking* BRI syariah sendiri masuk dalam loyalitas *internet banking* BRI Syariah. Alasan memilih bank BRI syariah adalah karena, layanan *internet banking* BRI Syariah dilengkapi sistem keamanan berlapis dengan dukungan keamanan jaringan SSL (*secure socket layer*) bersertifikat *versign 128 bit* serta teknologi pengaman transaksi menggunakan soft token/sms token yang lebih unggul dibanding beberapa bank syariah lain, hemat biaya transaksi, hampir seluruh fitur yang ada dapat digunakan secara gratis, bank pertama yang menerapkan metode *online register* yaitu untuk memperoleh layanan *internet*

banking BRI syariah nasabah langsung melakukan (*self service register*) registrasi secara mandiri yang dilakukan melalui website BRI syariah (www.brisyariah.com). Keandalan fitur sangat penting dalam kualitas jasa online karena pelanggan dapat menilainya berdasarkan pengalaman dalam menggunakan jasa tersebut, semakin pengguna memiliki pengalaman yang baik maka semakin tinggi pula tingkat kelayakatan terhadap produk dalam jasa perbankan. Bisa dilihat karena dalam agama Islam dilarang melakukan penipuan dan ingkar janji apabila kita sudah setia. Apabila itu dilanggar maka dampak terburuknya pelanggan akan meninggalkan produk tersebut. Menurut (Hurriyati, 2015) definisi loyalitas adalah suatu komitmen nasabah yang mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang atas produk dan jasa yang datang meskipun pengaruh situasi dan usaha pemasaran memiliki potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku. Sebagaimana terdapat dalam (Al-Qur'an Surat Ali imran ayat 31-32) yang artinya:

“Katakanlah jika kamu mencintai Allah, maka turutilah aku, niscaya Allah cinta pula kepadamu dan akan mengampuni dosa-dosa kamu. Dan Allah maha pengampun lagi maha penyayang”. Dan “Katakanlah hendaklah kamu taat pada Allah dan Rasulnya, Jika kamu berpaling niscaya sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang kafir”.

Pengalaman merek memberikan pemahaman yang lebih baik tentang proposisi penawaran merek. Ketika konsumen melihat nilai yang lebih besar dalam merek, mereka lebih banyak cenderung tetap setia terhadap merek. Dengan demikian, Pengalaman merek tercipta dalam waktu yang lama, penggunaan *internet banking* minimal lebih dari tiga bulan pasti nasabah tersebut bisa merasakan kepuasan atau kekecewaan atas layanan *internet banking* tersebut.

Pengertian pengalaman merek menurut Brakus dalam jurnal Yohanes Surya, (2014) suatu sensasi, kognisi, perasaan dan tanggapan konsumen yang ditimbulkan oleh merek, terkait rangsangan yang ditimbulkan oleh desain merelidentitas merek, komunikasi pemasaran, orang dan lingkungan merek. Menurut Ramaseshan (2014) konsumen yang menerima pengalaman merek superior lebih mungkin merekomendasikan merek kepada orang lain dan membeli merek lagi, dan cenderung tidak membeli merek lain. Menurut Iglesias (2011) efek langsung dan tidak langsung dari pengalaman merek pada loyalitas merek juga telah terjadi diperdebatkan dalam literature.

Nasabah dalam menggunakan Layanan jasa online yang baik disamping telah menjadi pengguna *internet banking* yang sudah berpengalaman seharusnya juga telah mengamalkan ilmunya seperti riwayat dari seorang ulama bernama Ibn Qayyim al-Jauziyah:

“Tinta para pelajar itu nilainya setara dengan darah para syuhada’ pada saat hari pembalasan”.

Dengan demikian para pelaku dalam proses belajar mengajar ini yaitu guru dan murid dipandang sebagai “orang-orang yang terpilih” dalam masyarakat yang telah termotivasi secara kuat oleh agama untuk membanggakan dan mengamalkan ilmu mereka dan mengembangkan. Ini terdapat dalam (Surah At-Taubah ayat 122) yang artinya:

“tidak sepatutnya bagi mukminin itu pergi semuanya (kemedan perang), Mengapa tidak pergi dari tiap-tiap golongan diantara mereka beberapa orang untuk memperdalam pengetahuan mereka tentang agama dan sebagai pemberi peringatan kepada kaumnya apabila mereka telah kembali kepadanya supaya mereka itu dapat menjaga dirinya”. (QS.9.122).

Kesesuaian gaya hidup sendiri merupakan suatu merek atau produk dianggap cocok dan layak untuk seseorang tersebut. Kesesuaian gaya hidup menurut Hamzah (2014) merupakan penjelasan gaya hidup pengalaman perilaku situs perbankan online memberikan fleksibilitas yang lebih besar kepada pelanggan, bisa dilihat dalam kalangan masyarakat apabila nasabah puas dalam produk dan pelayanan Internet Banking BRI syariah maka semakin puas dan nilai merek semakin tinggi.

Agama Islam sangat menganjurkan efisiensi dalam kesesuaian gaya hidup dan memerintahkan untuk menggunakan waktu yang kita miliki seoptimal mungkin dan jangan sampai ada waktu yang terbuang secara sia-sia sehingga tidak mengalami kerugian. Sesuai dengan firman Allah SWT. dalam (Al-Qur'an surah Al-Ashr ayat 1-3). Dalam ayat tersebut menyatakan bahwa:

“manusia semua berada dalam kerugian kecuali yang memiliki empat sifat, yaitu: berilmu, beramal shaleh, berdakwah, dan bersabar”.

Berkenaan dengan hal ini, maka layanan jasa *online* harus mampu memberikan informasi yang maksimal sesuai dengan keinginan pelanggan sehingga bisa menghemat waktu dan tidak terjadi pemborosan.

Religiusitas dalam Perbankan Syariah itu sangat penting bagi nasabah dalam menentukan produk atau untuk menempatkan dananya supaya mendapatkan keberkahan. Umat islam diharapkan dapat memahami pelaksanaan bank syariah, agar menjadi tempat yang amanah sesuai dengan syariat islam. Pengelolaan bank syariah harus cermat dalam mengenali dan mengidentifikasi semua mitra kerja yang sudah ada maupun yang potensial untuk mengamankan

bank syariah. Nasabah bank syariah merubah pola pikirnya apabila menabung di Bank Syariah selain dapat bagi hasilnya sekaligus merupakan ibadah dan beramal serta menjauhi riba. Apabila dalam transaksi di Perbankan terjadinya simpan meminjam dana, dan yang memberi pinjaman itu mengambil tambahan dalam bentuk bunga tanpa ada suatu penyeimbang yang diterima si peminjam hal ini merupakan Riba yang telah diharamkan oleh Allah SWT dalam Alqur'an dan Al hadits. Dalam Alqur'an dalam (QS. Al-baqoroh ayat 275) sebagai berikut

“Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan Riba”

Dalam Hadist Rosulullah (HR. Muslim No. 2995 dalam kitab Musaqqoh) bersabda:

“Jabir berkata pada Rosulullah mengutuk orang yang menerima Riba, orang yang membayarnya dan orang yang mencatatnya dan dua orang saksinya, kemudian beliau bersabda “Mereka itu semuanya sama”.

Jadi ini bisa menjadikan loyalitas nasabah semakin kuat pada bank syariah karena juga mayoritas penduduk Indonesia muslim.

Melihat dari pengaruh kesesuaian gaya hidup, pengalaman merek terhadap loyalitas merek yang akan diteliti, sebelumnya terdapat permasalahan yang dapat teliti dalam kejadian ini yaitu sering terjadi gangguan pada layanan *internet banking* dan juga pada mesin ATM. Terdapat pada halaman beranda facebook dari akun pribadi Bank BRI syariah mengatakan bahwa:

Penumpukan transaksi terjadi karena banyaknya nasabah yang melakukan transaksi cek saldo, tarik tunai yg dilakukan secara bersamaan.

berdasarkan pantauan data transaksi kami, transaksi terbanyak terjadi di jaringan ATM BRI & ATM bersama. dan kondisi lebih baik terjadi di jaringan ATM BRI syariah & prima, saat ini kami sedang mencoba memperbaiki jalur komunikasi dari jaringan elektronik tersebut. untuk itu kami menyarankan agar nasabah melakukan transaksi pada *counter - counter* kami di cabang terdekat. dan kami juga menyarankan untuk sementara ini menggunakan mesin ATM BRISyariah/Jaringan ATM Prima (BCA).

Dapat disimpulkan bahwasanya penggunaan *internet banking* dan ATM sering eror atau sering terjadinya gangguan dikarenakan kebanyakan nasabah menggunakan layanan tersebut dalam waktu bersamaan, meskipun hanya sekedar cek saldo, transfer dan lain sebagainya, akan tetapi pada saat ini *internet banking* dalam Bank BRI syariah sendiri sudah aman karena, sudah dilapisi oleh dukungan keamanan jaringan SSL (*secure socket layer*) bersertifikat *versign 128 bit* serta teknologi pengaman transaksi menggunakan *soft token/sms token* yang lebih unggul dibanding beberapa bank syariah lain, hemat biaya transaksi, hampir seluruh fitur yang ada dapat digunakan secara gratis, ini dapat meningkatkan pengalaman merek setelah adanya lapisan keamanan juga bisa menunjang loyalitas merek pada nasabah. Merupakan satu akses untuk semua produk, dengan login hanya menggunakan satu *user ID* itu juga dapat membantu untuk privasi nasabah sendiri. Nasabah dapat sekaligus mengakses seluruh produk yang dimiliki di BRI syariah. Transaksi *real time online* karena dapat dikerjakan kapanpun dimanapun melalui jaringan Internet. Ini dapat menunjang kesesuaian gaya hidup karena bisa secara simpel kita bisa kerjakan dimana saja.

Berdirinya Bank BRI Syariah ini resmi beroperasi pada tanggal 17 November 2008 dengan berdasarkan prinsip islam. Kehadiran Bank BRI syariah ini di tengah-tengah industry perbankan nasional dipertegas oleh makna pendar cahaya yang mengikuti logo perusahaan. Logo ini menggambarkan keinginan dan tuntutan masyarakat terhadap sebuah bank modern sekelas bank BRI syariah yang mampu melayani masyarakat dalam kehidupan modern. Sesuai dengan visinya bank BRI syariah sendiri dengan memanfaatkan jaringan kerja Bank BRI Syariah (persero) sebagai kantor layanan Syariah dalam mengembangkan bisnis yang fokus kepada kegiatan penghimpunan dana masyarakat berdasarkan prinsip Syariah. Selama lebih dari dua tahun hadir sebagai bank ritel modern terkemuka dengan layanan financial berdasarkan kebutuhan nasabah dengan jangkauan termudah untuk kehidupan yang lebih bermakna. BRI Syariah melayani nasabah dengan layanan prima (*service excellent*).

Hampir semua kegiatan dulunya dilakukan offline, di era zaman sekarang semuanya serba canggih hanya dengan menghubungkan hp, tablet, laptop, Komputer dalam dunia perbankan pun kini nasabah dapat melakukan transaksinya dengan *internet banking*. *Internet banking* merupakan suatu aktivitas transaksi yang berhubungan dengan perbankan, adapun transaksinya dapat dikerjakan dikantor, dirumah maupun diluar kantor. Sistem operasional bank syariah sendiri pemilik dana menanamkan dana nya di bank tidak dengan motif mendapatkan bunga tetapi dalam rangka mendapatkan keuntungan atau bagi hasil. Dana nasabah tersebut disalurkan kepada mereka yang membutuhkan (misalnya modal usaha) dengan perjanjian pembagian keuntungan sesuai kesepakatan. Pendekatan

bank syariah mirip dengan *Investment Banking* dimana garis besar produk tersebut ialah merupakan Mudharabah (*trust financing*), Musyarakah (*partnership financing*) dan merubahah (jual beli).

Dari uraian diatas menimbulkan pertanyaan apakah adanya keterlibatan kesesuaian gaya hidup pengalaman merk dan apakah pengaruh pada loyalitas merk yang mempengaruhi internet banking di BRI syariah. Terkait dari kejadian yang sedang berlangsung, menjadikan suatu hal yang menarik untuk diteliti. Oleh karena itu hasil penelitian ini akan dituangkan dalam penelitian yang berjudul “pengaruh kesesuaian gaya hidup pengalaman merk terhadap loyalitas merk pada internet banking bank BRI syariah”.

1.2 Perumusan Masalah

Dengan melihat latar belakang yang diuraikan diatas, maka dapat dirumuskan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kesesuaian gaya hidup berpengaruh terhadap loyalitas merk pada *internet banking* bank BRI syariah di Gerbangkertasusila?
2. Apakah pengalaman Merek berpengaruh terhadap loyalitas merk pada *internet banking* pada Bank BRI syariah di Gerbangkertasusila?
3. Apakah kesesuaian gaya hidup berpengaruh positif signifikan terhadap pengalaman merk *internet banking* BRI Gerbangkertasusila?
4. Apakah variabel religiusitas memoderasi hubungan antara variabel pengalaman merk terhadap variabel loyalitas merk pengguna *internet banking* Bank BRI syariah di Gerbangkertasusila.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, maka yang menjadi tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana kesesuaian gaya hidup berpengaruh terhadap loyalitas merk pada *internet banking* Bank BRI syariah
2. Untuk mengetahui pengalaman merk terhadap *internet banking* pada bank BRI syariah
3. Untuk mengetahui kesesuaian gaya hidup berpengaruh terhadap pengalaman merk berpengaruh terhadap *internet banking* BRI syariah.
4. Untuk menganalisis pengaruh variabel religiusitas memoderasi hubungan antara variabel pengalaman merk terhadap variabel loyalitas merk pengguna *internet banking* bank BRI syariah.

1.4 Manfaat Penelitian

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pihak terkait dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagi Bank :

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi pada bank pentingnya membangun hubungan yang menyangkut tentang kesesuaian gaya hidup, pengalaman merk dan loyalitas merk untuk meningkatkan penggunaan internet banking.

2. Bagi peneliti dan peneliti lain :

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi peneliti agar memahami tentang pengaruh keterlibatan kesesuaian gaya hidup dan pengalaman merek terhadap loyalitas merek juga hasil dari penelitian ini nantinya diharapkan dapat bermanfaat bagi peneliti lain sebagai sumber informasi dan referensi untuk bahan penelitian dengan topik yang sama.

3. Bagi STIE Perbanas Surabaya

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi STIE Perbanas Surabaya secara akademis dapat memberikan pelajaran bagi mahasiswa/i dalam bidang pemasaran perbankan berkaitan dengan keterlibatan kesesuaian gaya hidup, pengalaman merek dan loyalitas merek.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk memberikan kemudahan dalam memahami penulisan skripsi ini, maka sistematika penulisan ini dibagi menjadi lima bab:

BAB I: PENDAHULUAN

Pada bab ini akan menjelaskan tentang Latar Belakang Masalah, Rumusan Permasalahan, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian dan Sistematika Penulisan Skripsi.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini akan menjelaskan tentang Penelitian Terdahulu, Landasan Teori, Kerangka Pemikiran dan Hipotesis.

BAB III: METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan menjelaskan tentang Rancangan Penelitian, Batasan Penelitian, Identifikasi Variabel, Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel, Penyusunan Instrument Penelitian, Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel, Data dan Metode Pengumpulan Data, Uji Validitas dan Reliabilitas Instrument Penelitian dan Teknik Analisis Data.

BAB IV: GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Pada bab ini akan menjelaskan tentang Gambaran Subyek Penelitian, Analisis Data dan Pembahasan.

BAB V: PENUTUP

Pada bab ini akan menjelaskan tentang Kesimpulan, Keterbatasan Penelitian, dan Saran.

