

berdirinya Bank BRI hingga saat ini membuktikan bahwa Bank BRI masih menjadi andalan masyarakat dalam memberikan pelayanan perbankan.

PT Bank BRI cukup serius untuk mengantisipasi persaingan yang semakin ketat, hal ini dibuktikan dengan eksistensi Bank BRI hingga saat ini yang selalu mengikuti perkembangan teknologi informasi yang semakin cepat perkembangannya. Dalam hal ini peran loyalitas sangat diperlukan supaya konsumen sulit dipengaruhi oleh penawaran menarik yang ditawarkan pesaing, pesaing akan lebih sulit untuk mengambil nasabah apabila nasabah memiliki kesetiaan yang tinggi berupa loyalitas. maka perusahaan diharapkan mampu memenangkan hati dari setiap nasabahnya dalam bentuk loyalitas.

Priansa (2017) mendefinisikan loyalitas pelanggan merupakan komitmen jangka panjang pelanggan, yang diimplementasikan dalam bentuk perilaku dan sikap yang loyal terhadap perusahaan dan produknya, dengan cara mengonsumsi secara teratur dan berulang, sehingga perusahaan dan produknya menjadi bagian penting dari proses konsumsi yang dilakukan oleh pelanggan dimana hal tersebut akan mempengaruhi eksistensi perusahaan tersebut.

Loyalitas nasabah secara garis besar adalah kesetiaan atau komitmen yang mendalam untuk membeli kembali atau berlangganan kembali suatu produk atau jasa yang dipilih di masa mendatang, dengan cara membeli merek yang sama secara berulang-ulang, meskipun pengaruh situasional dan usaha-usaha pemasaran secara potensial menyebabkan tingkah laku untuk berpindah. Loyalitas nasabah dapat tercermin dari kebiasaan nasabah dalam melakukan pembelian produk atau jasa secara konsisten.

Terdapat beberapa faktor yang diduga mempengaruhi loyalitas nasabah diantaranya yaitu Kualitas Pelayanan, public relation melalui Corporate Sosial Responsibility, dan di era modern ini ditambah dengan penggunaan teknologi perbankan berbasis E-Banking. Diduga faktor dapat mempengaruhi loyalitas konsumen secara langsung ataupun tidak langsung melalui Kepuasan Nasabah sebagai bentuk penilaian nasabah dan loyalitas nasabah akan menjadikan akhir dari tolak ukur pada seluruh kegiatan penilaian yang dilakukan oleh nasabah dalam menggunakan jasa pelayanan perbankan.

Loyalitas menyangkut apakah nasabah loyal kepada produk tersebut atau tidak, Jika dianggap bahwa nasabah tersebut memiliki loyalitas, maka nasabah akan menjumpai serangkaian penilaian mengenai loyalitas nasabah menyangkut dengan kualitas pelayanan, public relation melalui csr perusahaan, dan kemudahan bertransaksi dengan memanfaatkan teknologi perbankan melalui e-banking, sehingga nasabah memiliki penilaian dalam bentuk kepuasan nasabah yang pada akhirnya akan menstimulasi loyalitas nasabah kepada PT Bank BRI.

Loyalitas menjadi tugas besar yang harus dipertahankan oleh perusahaan perbankan di tengah-tengah persaingan inovasi yang semakin memanas, tidak terlepas dari itu semua perusahaan perbankan besar seperti PT Bank BRI juga di paksa merasakan permasalahan tentang loyalitas nasabahnya. Terdapat permasalahan loyalitas nasabah yang di rasakan oleh PT Bank BRI. Seperti kutipan berita yang dilansir oleh KOMPAS.COM, sebagai berikut.

BATAM, KOMPAS.com - Sejumlah nasabah Bank BRI di Batam, Kepulauan Riau, mengaku kecewa atas pemblokiran ATM oleh PT Bank Rakyat

Indonesia (Persero) Tbk. Saking kecewanya, sejumlah nasabah yang ditemui di kantor cabang BRI Nagoya, Batam, Kepulauan Riau, mengaku ingin menutup rekeningnya. Riko (32), salah satunya. Nasabah Bank BRI mengaku kecewa sehingga akan menutup rekeningnya di Bank BRI. "Jujur saya kecewa sekali dengan kejadian ini, makanya saya putuskan untuk menutup rekening di Bank BRI, imbuah Riko kepada Kompas.com, Senin Hal senada lamaran Junaidi (38). Nasabah yang sudah belasan tahun menggunakan Bank BRI ini mengaku akan menutup rekeningnya di Bank BRI. "Seharusnya bank yang sudah terkenal di seluruh pelosok Indonesia ini memiliki sistem keamanan yang canggih. Bukan malah seperti ini," tutur Junaidi.

Beberapa nasabah PT Bank BRI memutuskan untuk menutup rekening mereka karena merasa kecewa dengan sistem keamanan yang dimiliki oleh Bank BRI Nagoya. Penutupan beberapa rekening Bank BRI menunjukkan masih kurangnya hingga tidak adanya loyalitas yang dimiliki oleh nasabah Bank BRI, hal seperti ini menjadikan tugas tambahan bagi PT Bank BRI untuk lebih memperhatikan loyalitas nasabah. Untuk mencapai tahap loyalitas pelanggan diwajibkan merasakan kepuasan yang diberikan oleh perusahaan penyedia jasa, hubungan antara kepuasan dengan loyalitas juga dapat dilihat saat dimana konsumen merasakan kepuasan pada titik tertinggi yang melibatkan emosional dan sikap. Novandy (2018)

Kepuasan nasabah adalah salah satu faktor penting dalam menciptakan loyalitas nasabah, namun kepuasan nasabah juga tidak terbangun begitu saja. Perusahaan keuangan besar seperti PT Bank BRI juga harus merasakan

permasalahan mengenai kepuasan nasabahnya, terdapat permasalahan kepuasan nasabah PT Bank BRI seperti kutipan berita yang dilansir oleh DELIKNEWS.COM, sebagai berikut.

DELIKNEWS.COM - Seorang nasabah Bank BRI menyatakan tidak puas "Saya tidak puas, secara lisan berulang kali tidak ada penjelasan dan disurati menurut saya malah tidak sesuai dengan fakta, saya akan melakukan pengaduan kepada OJK untuk mengembalikan hak saya," ujarnya. Menurut Hasan Darwinsyah, akibat dari permasalahan itu, ia mengalami kerugian karena tidak bisa melanjutkan usahanya bertahun-tahun. "Saya hanya masyarakat biasa, dari awal berharap agar BRI bisa kooperatif dalam menyelesaikan masalah, nyatanya tidak sesuai dengan yang diharapkan," ungkap Nasabah BRI Hasan Darwinsyah didampingi Ketua DPD LSM Fopbindo Ahmad Husein, Senin (27/4/20). Hal senada juga disampaikan oleh Ahmad Husein bahwa pihaknya akan segera melakukan pengaduan kepada Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Perwakilan Sumatera Barat selaku pengawas perbankan. "Hasan Darwinsyah di awal telah melakukan pengaduan kepada LSM Fopbindo. La selaku Nasabah tidak puas dengan jawaban BRI Unit Tapus, sesuai dengan prosedur, maka kita akan melakukan pengaduan ke OJK," tambahnya.

Seorang nasabah PT Bank BRI yang mengalami permasalahan tidak puas dengan penyelesaian permasalahan yang tidak ditangani secara cepat dan efektif oleh PT Bank BRI unit tapus. Akibat dari permasalahannya itu seorang nasabah mengalami kerugian karena usahanya terganggu selama bertahun-tahun, karena merasa di rugikan seorang nasabah tersebut melaporkan Bank BRI kepada

Otoritas Jasa Keuangan untuk membantu penyelesaian permasalahan. Dengan kejadian pelaporan PT Bank BRI oleh nasabahnya maka Bank BRI dianggap tidak bisa menyelesaikan masalahnya sendiri dengan nasabahnya dan tidak adanya kepuasan yang diterima oleh nasabahnya atas penyelesaian permasalahan. Kepuasan menjadi sangat penting bagi perusahaan karena merupakan salah satu faktor yang membangun loyalitas nasabah, faktor selanjutnya yang dapat membangun loyalitas nasabah adalah kualitas pelayanan dari perbankan itu sendiri

Kualitas pelayanan menjadi titik berat dari pemasaran produk perbankan yang merupakan faktor pembentuk loyalitas nasabah karena pada dasarnya pelayanan adalah bagian dari produk jasa itu sendiri, tidak terkecuali bagi perusahaan perbankan. PT Bank BRI sebagai salah satu perusahaan perbankan besar sudah seharusnya sangat memperhatikan tentang kualitas pelayanan bagi para nasabahnya. Dari banyaknya pelayanan terbaik yang diberikan PT Bank BRI kepada nasabahnya masih terdapat permasalahan yang terjadi tentang kualitas pelayanan PT Bank BRI.



Sumber: mediakonsumen.com (2020)

Salah satu nasabah PT Bank BRI menggunakan akun google @arya69 melalui media konsumen melayangkan komplain atas antrian panjang yang terjadi, seorang nasabah tersebut kecewa karena pelayanan yang di berikan tidak efektif dan efisien sehingga menimbulkan antrian yang terlalu panjang, nasabah juga meminta Bank BRI untuk memperbaiki pelayanannya dan meminta Bank BRI untuk lebih professional. Dari kritikan nasabah melalui media konsumen berarti bahwa pelayanan Bank BRI harus mendapatkan banyak perbaikan.

Faktor lainya dalam membangun loyalitas nasabah adalah melalui bentuk tanggungjawab perusahaan dalam pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility*. Melalui program CSR perusahaan dapat memberikan kontribusi baik kepada masyarakat yang juga dapat memberikan nilai baik kepada perusahaan. Didalam pelaksanaanya masih terdapat beberapa permasalahan tentang pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility*.

Gambar 1.2
Gambar Newsdetik.com



Sumber: newsdetik.com (2020)

Beberapa nasabah melalui akun google melayangkan kritikan pada pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility* karena pada pelaksanaannya masih terdapat kekurangan seperti kritikan yang dilayangkan oleh akun google @arsene_lupin menurutnya bentuk bantuan csr masih di permainan tidak sesuai dengan peraturan yang berlaku, kritikan lainya juga dilayangkan akun google @wid_toto menurutnya program csr harus di publikasikan supaya lebih transparan, kritikan lain dilakukan oleh akun google @Benno Lesmana menurutnya masih terdapat tindakan korupsi tentang dana csr sehingga sangat terlu dilakukan pengawasan.

Selanjutnya faktor yang merupakan efek dari kemajuan perkembangan teknologi informasi yang semakin maju dan berkembang, untuk menunjang pelayanan perbankan mengadopsi teknologi pelayanannya dalam bentuk elektronik banking. Untuk menunjang aktifitas perbankan dan memudahkan para nasabahnya PT Bank BRI dalam penerapan elektronik banking selalu berupaya untuk memperbaiki pelayanannya dalam penerapan elektronik banking.

Terdapat beberapa contoh data Tob Brand Awards dari tahun ke tahun yang terdiri atas beberapa perusahaan keuangan perbankan di Indonesia seperti fenomena atau studi kasus berikut. Berikut ini merupakan tabel data hasil Top Brand Award pada tahun 2017- 2020 pada kategori Mobile Banking dan Internet Banking.

Tabel 1.1
Data TOP Brand Award Tahun 2017-2020

NO	Merek	Tahun 2017		NO	Merek	Tahun 2018		TOP
		Mobile Banking	Internet Banking			Mobile Banking	Internet Banking	
		TBI	TBI			TBI	TBI	
1	BCA	48.1%	59.3%	1	BCA	49.5%	51.8%	TOP
2	MANDIRI	21.1%	19.0%	2	MANDIRI	17.8%	18.2%	TOP
3	BRI	12.2%	10.3%	3	BRI	14.6%	13.5%	TOP
4	BNI	10.1%	7.9%	4	BNI	11.4%	9.7%	

NO	Merek	Tahun 2019		NO	Merek	Tahun 2020		TOP
		Mobile Banking	Internet Banking			Mobile Banking	Internet Banking	
		TBI	TBI			TBI	TBI	
1	BCA	44.5%	36.0%	1	BCA	45.5%	37.1%	TOP
2	BRI	17.0%	17.4%	2	BRI	20.5%	16.3%	TOP
3	MANDIRI	16.6%	18.3%	3	MANDIRI	13.8%	17.5%	TOP
4	BNI	12.3%	13.3%	4	BNI	11.3%	16.2%	

Sumber: :topbrandaward.com (2020)

Menurut data dari TOP Brand yang diikuti oleh perbankan dengan kategori pelayanan mobile banking dan internet banking pada tahun 2017 hingga tahun 2020 perbankan saling berlomba mendapatkan posisi terbaik dan persaingan yang sama kuatnya tersebut menghasilkan semakin meningkatnya presentase penilaian. PT Bank BRI menampakkan hasil cukup serius di tahun 2019 mengubah posisinya menjadi peringkat kedua dalam kategori mobile banking, sedangkan pada kategori internet banking masih jauh tertinggal di peringkat ketiga.

Untuk menjadi pelayanan yang terbaik dalam penerapan teknologi elektronik banking PT Bank BRI masih memerlukan banyak perbaikan dalam hal mobile banking dan internet banking sebagai bentuk penerapan dari elektronik banking.

PTBank BRI Cabang Kudus sebagai perwakilan cabang yang berada di kabupaten kudus dan sebagai cerminan salah satu bank terbaik dikarenakan dikabupaten kudus Bank BRI tersebar di daerah-daerah strategis dengan kehadiran BRI unit sebagai unit perbantuan cabang BRI Kudus. Dengan banyaknya unit Bank BRI yang tersebar di kabupaten kudus bisa dicerminkan bahwa Bank BRI menjadi andalan masyarakat kudus untuk mempercayakan atau melakukan transaksi perbankan. Diantara unit BRI di kabupaten kudus yang tersebar yaitu sebelah utara kabupaten kudus terdapat Bank BRI Unit Dawe, sebelah barat kabupaten kudus terdapat Bank BRI Unit Kaliwungu, sebelah selatan kabupaten kudus terdapat Bank BRI Unit Wates Undaan, dan di sebelah timur kab kudus terdapat Bank BRI Unit Jekulo.

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui serangkaian penilaian yang dihadapkan kepada objek penelitian yaitu nasabah Bank BRI Cabang Kudus yang mempunyai loyalitas dengan melalui beberapa faktor yang mempengaruhinya, diantaranya yaitu Kualitas Pelayanan, *Corporate Social Responsibility*, dan penggunaan teknologi perbankan berbasis E-Banking secara simultan maupun parsial terhadap loyalitas nasabah PT Bank BRI Cabang Kudus dan mengetahui kemampuan kepuasan nasabah sebagai variabel mediasi dalam memperkuat pengaruh kualitas pelayanan, CSR perusahaan, dan penggunaan teknologi E-Banking terhadap loyalitas nasabah pada perusahaan keuangan sektor perbankan PT Bank BRI Cabang Kudus.

Terdapat perbedaan penelitian (*research gap*) yang melatarbelakangi penelitian ini yaitu adanya perbedaan hasil penelitian terdahulu. Hasil penelitian

yang dilakukan menurut Anindita dan Imam Basri (2019), dan Yelli Trisusanti (2017) menunjukkan bahwa pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Nursiana (2015) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Hasil penelitian yang dilakukan menurut Ying Lee(2018) penelitian ini menunjukkan bahwa, CSR berpengaruh positif namun belum signifikan terhadap loyalitas nasabah. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Suminto (2019) berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa secara parsial variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak mempunyai pengaruh terhadap loyalitas nasabah pada PT BRI Syariah KCP Ponorogo.

Hasil penelitian yang dilakukan menurut Ayulita Ramadhani (2019) hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa fasilitas e-banking berpengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap loyalitas. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Fajar Fuadhi (2020) hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa variabel E-banking berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah bank BNI syariah KC Surakarta

Hasil penelitian yang dilakukan menurut Nasfi, Rahmat, & Sabri (2020) hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dengan analisis data penelitian model structural program spss menuji 5 dimensi *tangibles*, *empathy*, *reliability*, *responsiveness*, dan *assurance* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan Adi Kuswanto

(2016) yang menunjukkan hasil penelitian bahwa hanya dimensi *tangibles* dan *empathy* yang berpengaruh positif sedangkan pada dimensi kualitas pelayanan *reability*, *responsiveness*, dan *assurance* tidak berpengaruh secara positif serta signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Hasil penelitian yang dilakukan menurut Fetria Eka Yudiana & Joko Setyono (2016) hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan penerapan *corporate social responsibility* (CSR) terhadap kepuasan nasabah. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Fajar Alfiyani (2021) hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa implementasi *corporate social responsibility* berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Hasil penelitian yang dilakukan menurut Ruzaini (2021) hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Variabel penggunaan e-banking berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Erwin dan Susanto (2016) pelayanan internet banking Bank Bukopin secara keseluruhan dinilai masih kurang baik dan tidak dapat memenuhi kepuasan nasabah

Hasil penelitian yang dilakukan menurut Anindita Imam Basri (2019) penelitian ini mengungkapkan bahwa hasil menunjukkan bahwa dari enam arah yang dihipotesiskan dalam penelitian ini semuanya signifikan, kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas. Dapat diartikan bahwa semakin meningkatnya kepuasan maka akan berdampak pada semakin meningkatnya loyalitas pada para nasabah. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Fajar Fuadhi (2020)

hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa variabel kepuasan Nasabah berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, csr perusahaan, e-banking, dan kepuasan nasabah maka peneliti melakukan penelitian yang berjudul “ **ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) PERUSAHAAN DAN PENGGUNAAN TEKNOLOGI PERBANKAN BERBASIS E-BANKING, TERHADAP LOYALITAS NASABAH BANK BRI DENGAN KEPUASAN NASABAH SEBAGAI VARIABEL MEDIASINYA (studi kasus Bank BRI cabang Kudus)**“

1.2. Ruang Lingkup

Ruang lingkup dalam suatu penelitian sangat diperlukan agar penelitian lebih terfokus dan dapat mencapai tujuannya. Ruang lingkup dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel penelitian ini menggunakan Kualitas Pelayanan (X1), Corporate Social Responsibility (X2), E-Banking (X3) sebagai variabel eksogen, Loyalitas Nasabah (Y) sebagai variabel endogen dan Kepuasan Nasabah (Z) sebagai variabel mediasi.
2. Objek penelitian ini difokuskan pada nasabah Bank BRI Cabang Kudus.
3. Responden dalam penelitian ini adalah nasabah PT Bank BRI Cabang Kudus yang memiliki loyalitas.
4. Waktu penelitian 3bulan, April 2021 – Juni 2021

1.3. Rumusan Masalah

Dari uraian penjelasan pada latar belakang masalah dan beberapa permasalahan yang terjadi pada PT Bank BRI

- a. Beberapa nasabah Bank BRI memutuskan untuk menutup rekening mereka karena merasa kecewa dengan sistem keamanan yang dimiliki oleh Bank BRI. Penutupan beberapa rekening Bank BRI menunjukkan masih kurangnya hingga tidak adanya loyalitas yang dimiliki oleh nasabah Bank BRI
- b. Pelaporan PT Bank BRI oleh nasabahnya maka Bank BRI dianggap tidak bisa menyelesaikan masalahnya sendiri dengan nasabahnya dan tidak adanya kepuasan yang diterima oleh nasabahnya atas penyelesaian permasalahan.
- c. Pelayanan yang diberikan Bank BRI tidak efektif dan efisien, sehingga kualitas pelayanan Bank BRI terkesan tidak profesional.
- d. Pengelolaan pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility* yang masih kurang baik, sehingga masih terdapat banyak kekurangan
- e. Dalam penerapan teknologi berbasis elektronik banking PT Bank BRI masih dalam rank 2 dan 3, sehingga memerlukan banyak perbaikan dalam hal mobile banking dan internet banking sebagai bentuk penerapan dari elektronik banking.

Berdasarkan uraian rumusan masalah di atas menimbulkan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah?
2. Apakah corporate social responsibility berpengaruh terhadap loyalitas nasabah?

3. Apakah E-Banking berpengaruh terhadap loyalitas nasabah?
4. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah?
5. Apakah corporate social responsibility berpengaruh terhadap kepuasan nasabah?
6. Apakah E-Banking berpengaruh terhadap kepuasan nasabah?
7. Apakah kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah?

1.4. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah Bank BRI cabang Kudus.
2. Untuk menganalisis pengaruh corporate social responsibility terhadap loyalitas nasabah Bank BRI cabang Kudus.
3. Untuk menganalisis pengaruh penggunaan teknologi E-Banking terhadap loyalitas nasabah Bank BRI cabang Kudus.
4. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah Bank BRI cabang Kudus.
5. Untuk menganalisis pengaruh corporate social responsibility terhadap kepuasan nasabah Bank BRI cabang Kudus.
6. Untuk menganalisis pengaruh E-Banking terhadap kepuasan nasabah Bank BRI cabang Kudus
7. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah Bank BRI cabang Kudus

1.5. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis yang ingin di capai dalam penelitian ini dapat memahami teori tentang kualitas pelayanan, corporate social responsibility, E-Banking dan kepuasan nasabah bagi loyalitas nasabah dan menambah pengetahuan dalam bidang manajemen dan pemasaran

2. Manfaat Praktis

A. Bagi Perusahaan

Sebagai masukan dan bahan pertimbangan dalam menentukan kebijaksanaan perusahaan terutama yang berkaitan dengan loyalitas nasabah.

B. Bagi Perguruan Tinggi

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi akademik di bidang manajemen pada konsentrasi pemasaran khususnya dan sebagai sarana referensi lain dari mahasiswa.

C. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat menambah ilmu pengetahuan, pengalaman latihan dan pengembangan teori yang didapatkan selama belajar di bangku perkuliahan.