

Dr. Novita Rosanti, SE., M.Si.

Kepuasan dan Loyalitas **NASABAH**



KEPUASAN DAN LOYALITAS NASABAH

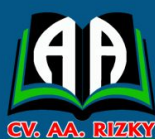
Pemasaran merupakan suatu rangkaian proses kegiatan yang dilaksanakan oleh individu maupun kelompok organisasi dalam hal perencanaan pemikiran, penetapan harga, promosi dan penyampaian gagasan, barang maupun jasa untuk memenuhi kebutuhan, keinginan dan permintaan konsumen. *Internet banking* merupakan salah satu pelayanan jasa bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi, dan melakukan transaksi. Perbankan melalui jaringan internet bukan hanya bank yang menyelenggarakan namun nasabah dapat melakukan transaksi perbankan (*financial dan non financial*) melalui komputer yang terhubung dengan jaringan internet *banking*.

Pada sektor perbankan, perkembangan teknologi informasi membuat pihak bank mengubah strategi bisnis dengan menempatkan teknologi sebagai unsur utama dalam proses inovasi produk dan jasanya. Selama beberapa tahun terakhir ini, bank komersial telah memperkenalkan sistem perbankan berbasis internet untuk meningkatkan operasional dan mengurangi biaya. Transaksi perbankan yang awalnya dilakukan secara konvensional, saat ini teknologi berbasis komputer dihadirkan sebagai media utama untuk mempermudah transaksi dengan nasabah.

Dr. Novita Rosanti, SE., M.Si.



Pendidikan penulis sarjana pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Nitro Makassar. (2007), Magister pada Program Pascasarjana Universitas Hasanuddin dengan program Studi Manajemen Keuangan. dan Doktor pada Program Pascasarjana Universitas Muslim Indonesia Program Studi Doktor Ilmu Manajemen (2019).



Penerbit : CV. AA. RIZKY
Alamat : Jl. Raya Ciruas Petir,
Puri Citra Blok B2 No. 34 Pipitan
Kec. Walantaka - Serang Banten
E-mail : aa.rizkypress@gmail.com
Website : www.aarizky.com

KEPUASAN DAN LOYALITAS NASABAH

Undang-undang No.19 Tahun 2002 Tentang Hak Cipta
Pasal 72

1. Barang siapa dengan sengaja melanggar dan tanpa hak melakukan perbuatan sebagaimana dimaksud dalam pasal ayat (1) atau pasal 49 ayat (1) dan ayat (2) dipidana dengan pidana penjara masing-masing paling sedikit 1 (satu) bulan dan/atau denda paling sedikit Rp.1.000.000,00 (satu juta rupiah), atau pidana penjara paling lama 7 (tujuh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp.5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah).
2. Barang siapa dengan sengaja menyiarkan, memamerkan, mengedarkan, atau menjual kepada umum suatu ciptaan atau barang hasil pelanggaran hak cipta terkait sebagai dimaksud pada ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp.500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah)

KEPUASAN DAN LOYALITAS NASABAH

Dr. Novita Rosanti, SE., M.Si.



**PENERBIT:
CV. AA. RIZKY
2023**

KEPUASAN DAN LOYALITAS NASABAH

© Penerbit CV. AA RIZKY

Penulis:
Dr. Novita Rosanti, SE., M.Si.

Desain Cover & Tata Letak:
Tim Kreasi CV. AA. Rizky

Cetakan Pertama, April 2023

Penerbit:
CV. AA. RIZKY
Jl. Raya Ciruas Petir, Puri Citra Blok B2 No. 34
Kecamatan Walantaka, Kota Serang - Banten, 42183
Hp. 0819-06050622, Website : www.aarizky.com
E-mail: aa.rizkypress@gmail.com

Anggota IKAPI
No. 035/BANTEN/2019

ISBN :
x + 170 hlm, 23 cm x 15,5 cm

Copyright © 2023 pada Penulis dan Penerbit

Hak cipta dilindungi undang-undang
Dilarang memperbanyak buku ini dalam bentuk dan dengan cara
apapun tanpa izin tertulis dari penulis dan penerbit.

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan buku *Kepuasan dan Loyalitas Nasabah*. Melalui Buku ini, diharapkan dapat menjadi bekal tambahan bagi semua pihak guna memperluas khasanah ilmu pengetahuan, serta mengembangkan kreativitas dan mempertajam tingkat analisa dalam di bidang kepuasan dan loyalitas.

Buku ini membahas yang berkaitan dengan pemasaran dan *Internet banking*. Dimana pemasaran merupakan suatu rangkaian proses kegiatan yang dilaksanakan oleh individu maupun kelompok organisasi dalam hal perencanaan pemikiran, penetapan harga, promosi dan penyampaian gagasan, barang maupun jasa untuk memenuhi kebutuhan, keinginan dan permintaan konsumen. *Internet banking* merupakan salah satu pelayanan jasa bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi, dan melakukan transaksi. Perbankan melalui jaringan internet bukan hanya bank yang menyelenggarakan namun nasabah dapat melakukan transaksi perbankan (*financial dan non financial*) melalui komputer yang terhubung dengan jaringan internet *banking*.

Seluruh sahabat dan teman-teman penulis yang senantiasa memberikan dorongan moril dan spirit dalam suka maupun duka dalam mendampingi penulis selama penyelesaian

buku ini. Dan semua pihak yang tidak sempat penulis sebutkan namanya satu persatu untuk segala doa dan dukungan yang begitu luar biasa selama ini.

Semoga ALLAH S.W.T senantiasa dapat memberikan kesejahteraan serta balasan yang baik dan setimpal kepada semuanya yang telah disebut diatas, dan juga mudah-mudahan tulisan ini juga dapat memberikan sumbangan untuk perkembangan ilmu dan pengetahuan.

Makassar, April 2023

Penulis,

DAFTAR ISI

PRAKATA	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Problematika Kepuasan dan Loyalitas Nasabah.....	1
B. Faktor yang berhubungan dengan Kepuasan dan Loyalitas Nasabah	21
BAB 2 MANAJEMEN PEMASARAN.....	29
A. Manajemen Pemasaran	29
B. Permintaan dan Penawaran	32
BAB 3 PERILAKU KONSUMEN DAN LAYANAN/ JASA (<i>SERVICE</i>)	35
A. Perilaku Konsumen	35
B. Layanan/Jasa (<i>Service</i>).....	40
BAB 4 KUALITAS LAYANAN DAN KEPERCAYAAN (<i>TRUST</i>)	49
A. Kualitas Layanan.....	49
B. Kepercayaan (<i>Trust</i>).....	59
BAB 5 PERSEPSI TEKNOLOGI INFORMASI DAN KEPUASAN PELANGGAN.....	63
A. Persepsi Teknologi Informasi	63
B. Kepuasan Pelanggan	68
BAB 6 LOYALITAS PELANGGAN DAN INTERNET <i>BANGKING</i>	85
A. Loyalitas Pelanggan	85

	B. Internet <i>Bangking</i>	94
BAB 7	OBJEK KAJIAN DALAM KEPUASAN DAN LOYALITAS NASABAH	99
	A. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk.....	99
	B. PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk.	100
	C. PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk.	102
	D. Responden Kajian	104
BAB 8	IMPLEMENTASI HASIL KAJIAN KEPUASAN DAN LOYALITAS NASABAH ..	115
	DAFTAR PUSTAKA	149
	TENTANG PENULIS	169

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Rangking Negara Pengguna Internet (Juta).....	2
Tabel 1.2	Tehnis Pembayaran Transaksi Online	6
Tabel 5.1	Tipe-tipe Kepuasan dan Ketidakpuasan	81
Tabel 6.1	Penggolongan Loyalitas Pelanggan.....	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Nilai Transaksi Internet <i>Banking</i> di Indonesia Tahun 2014	9
Gambar 2.1 Proses Pemasaran.....	30
Gambar 3.1 Model Perilaku Konsumen	36
Gambar 4.1 Analisis Lima Kesenjangan	57
Gambar 5.1 Analisis Lima Kesenjangan	70
Gambar 5.2 Konsep Kepuasan Pelanggan.....	73