

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN PESAN IKLAN TERHADAP NIAT NASABAH UNTUK MENGUNAKAN LAYANAN *MOBILE-BANKING* DI BPR KARYAJATNIKA SADAYA BANDUNG

Oleh :

Eric Fredric Pardede

MAGISTER MANAGEMENT

UNIVERSITAS WIDYATAMA

BANDUNG

Peningkatan kualitas layanan bank terhadap Nasabah semakin bervariasi dengan dukungan teknologi yang saat ini dirasakan banyak pihak, termasuk dalam penelitian ini yaitu manfaat dari teknologi *mobile-banking* untuk memudahkan transaksi Nasabah. Banyak bank yang begitu bersemangat dan termotivasi untuk mengembangkan layanan *mobile-banking*, salah satunya, yaitu BPR Karyajatnika Sadaya. Bank BPR KS yang telah melakukan pengenalan layanan *mobile-banking* pada bulan februari 2012 kepada Nasabahnya mendapati suatu fenomena mengenai pemasaran produk layanannya, dalam hal ini terkait pengenalan layanan *mobile-banking* kepada Nasabahnya. Media promosi yang merupakan suatu sarana untuk

menginformasikan kehadiran dari layanan ini sudah dilakukan agar Nasabah tertarik untuk melakukan aktivasi dan menggunakan aplikasi *mobile-banking* untuk bertransaksi.

Iklan *mobile-banking* BPR KS telah dilakukan di beberapa media, seperti harian Pikiran Rakyat, Layar Megatron, Brosur, dan *Flyer* telah tersedia di setiap cabang khususnya di cabang BPR KS di wilayah Bandung. Sosialisasi dilakukan di setiap kantor cabang yang dilakukan oleh bagian *Customer Service* BPR KS dengan intensitas jumlah pengunjung Bank rata-rata 50 Nasabah setiap harinya, dengan sekitar 500.000 jumlah Nasabah yang tercatat dalam sistem data Nasabah pada *core banking system*.

Namun, hal ini masih belum sesuai dengan harapan management, dimana beberapa bulan pasca pengenalan layanan *mobile-banking* ini, persentase pengguna *mobile-banking* masih sangat rendah yaitu 0.0024% atau perkiraan 1200-an Nasabah yang menggunakan *mobile-banking*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan pesan iklan terhadap niat Nasabah untuk menggunakan *mobile-banking* di BPR KS. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif verifikatif dengan populasi pengguna *mobile-banking* di BPR KS. Penelitian ini dilakukan terhadap Nasabah dengan berbagai kategori umur, jenis kelamin, profesi Nasabah, hingga pendidikan. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas layanan, pesan iklan, dan niat Nasabah. sampel dalam penelitian ini sebanyak 126 responden yang diambil dengan menggunakan metode sampling acak sederhana (*simple random sampling*). Teknik pengumpulan data dilakukan dengan memakai cara

pengumpulan data *primer*, yaitu dengan disebarnya kuesioner dengan memakai dua cara : (1) Konvensional dan (2) Online. Cara konvensional, yaitu diberikan lembar pertanyaan secara langsung kepada para responden untuk diisi. Sedangkan cara *online* yaitu ,dikirimkan melalui *e-mail* dan dikirimkan kembali hasil kuesionernya. Analisis data yang digunakan adalah dengan menggunakan uji validitas data dan uji reliabilitas data dari hasil pertanyaan kuesioner.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tanggapan Nasabah pengguna *mobile-banking* BPR KS adalah mereka merasakan adanya kemudahan bertransaksi pada *mobile-banking*, kepercayaan terhadap rasa aman dan nyaman menggunakan layanan *electronic banking*. Tetapi relatif banyak Nasabah memberikan masukan mengenai peningkatan kualitas dan kelengkapan jenis transaksi pada *mobile-banking*, karena fitur transaksi yang ada saat ini baru dikatakan cukup untuk memenuhi kebutuhan bertransaksi Nasabah, ekspektasi dari peningkatan layanan ini adalah terhadap variatif jenis transaksi.

Kualitas layanan dan pesan iklan secara bersama-sama berpengaruh terhadap niat untuk menggunakan layanan *mobile-banking* BPR KS dengan persentase 33.51% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Dari total 33.51% berikut persentase nilai masing-masing variabel, kualitas layanan dinyatakan berkontribusi sebesar 20.22% dan pesan iklan sebesar 13.29%.

Kata Kunci : Kualitas layanan, pesan iklan, niat Nasabah, pengguna *mobile-banking*.