

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Sejarah Perusahaan

Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN) merupakan bank yang memfokuskan diri untuk melayani dan memberdayakan masyarakat berpendapatan rendah yang terdiri dari para pensiunan, pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), serta komunitas prasejahtera produktif (*mass market*). Didirikan di Bandung pada 1968 yang awalnya Bernama Bapermil dan bertransformasi nama menjadi BTPN pada tahun 1986. Saat ini BTPN berkantor pusat di Jakarta dengan lebih dari 300 cabang di seluruh Indonesia.

BTPN mempunyai enam unit bisnis yang menawarkan berbagai jasa perbankan yaitu:

- a. BTPN Purna Bakti adalah unit bisnis yang focus pada segmen pensiunan dan prapensiunan
- b. BTPN Mitra Usaha Rakyat adalah unit bisnis yang melayani nasabah wirausaha mikro
- c. BTPN Mitra Bisnis adalah unit bisnis yang melayani para nasabah wirausaha kecil dan menengah
- d. BTPN Sinaya adalah unit bisnis yang berfokus pada pertumbuhan dana pihak ketiga dari segmen institusi dan individu berpenghasilan menengah ke atas
- e. BTPN Wow! Adalah unit bisnis berupa platform mobile banking yang melayani segmen *mass market* dengan menggunakan telepon seluler sederhana
- f. Jenius adalah unit bisnis berupa platform *mobile banking* selain BTPN Wow! Yang melayani kebutuhan nasabah urban pengguna *smartphone*.

Aplikasi perbankan digital yang Bernama Jenius diluncurkan pertama kalinya pada tanggal 11 Agustus 2016. Peluncuran dilakukan setelah menjalani pengembangan dalam waktu 18 bulan dan mendapatkan nilai investasi tidak kurang dari Rp. 500 milyar. Jenius tidak hanya terkoneksi dengan ekosistem pembayaran

nasional tetapi juga sistem pembayaran internasional. Kartu jenius bisa digunakan untuk transaksi yang lebih luas tidak hanya di Indonesia.

Salah satu keuntungan dari kartu debit jenius adalah bisa menggunakan kartu tersebut dengan fungsi yang sama seperti kartu kredit. Dengan demikian, bisa melakukan transaksi yang membutuhkan kartu kredit tanpa harus membuat kartu kredit. Agar aktivitas finansial menjadi lebih praktis dan lebih mudah jika menggunakan tiga jenis kartu jenius dengan maksimal. Setelah registrasi dan aktivasi, pengguna jenius akan mendapatkan dua jenis kartu debit yaitu *m-Card* dan *e-Card*.

M-Card adalah kartu debit utama dalam bentuk fisik sedangkan *e-Card* adalah kartu debit virtual. Bisa ditemukan di fitur *Card Center* di aplikasi jenius yang terpasang di *smartphone*. Meski kartu fisik masih dalam proses pengiriman, tapi sudah bisa menggunakan *e-Card*.

1.1.2 Logo Perusahaan

Adapun logo dari perusahaan ini adalah sebagai berikut :



Gambar 1.1 Logo BTPN Jenius

Sumber: jenius.com

1.1.3 Visi dan Misi

Adapun visi serta misi dari BTPN Jenius, yaitu:

a. Visi

Menjadi bank pilihan utama di Indonesia, yang dapat memberikan perubahan berarti dalam kehidupan jutaan orang, terutama dengan dukungan teknologi digital.

b. Misi

1.2 Latar Belakang Penelitian

Industri perbankan di Indonesia telah mengalami perkembangan yang signifikan, hal ini ditandai dengan diterbitkannya paket-paket deregulasi keuangan, moneter dan pasar modal pada akhir survei 1980-an. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas implementasi kebijakan moneter guna menciptakan iklim yang dibutuhkan bagi perkembangan pasar modal. Kebijakan tersebut di atas ditindaklanjuti dengan diterbitkannya Paket Deregulasi 25 Maret 1989 dan 1 Desember 1989, sedangkan di sisi pasar modal pemerintah mengeluarkan Paket 20 Desember 1988 yang membuka peluang bagi dibukanya bursa saham swasta dan memungkinkan tumbuhnya lembaga keuangan nonbank. Memanasnya perekonomian nasional akibat ekspansi moneter yang terlalu cepat pasca Pakto 27/1988, yang ditandai dengan tingginya tingkat suku bunga perbankan dan rendahnya fleksibilitas bank dalam menanggapi kebutuhan perusahaan akan dana (sebagai akibat dari ketatnya perundangan yang diberlakukan).

Pangsa pasar yang selama ini dinikmati sendiri sedikit demi sedikit mulai tergerogoti. Meskipun secara umum perbankan masih menjadi pemain utama di keuangan, namun kecenderungan pasar untuk menjadikan pasar modal sebagai alternatif dalam menempatkan dan menggali dana tampaknya semakin besar. Pada sisi perbankan, terutama produk dan jasa yang semakin kompleks dan beragam dapat meningkatkan eksposur risiko dan profil risiko bank.

Sudah diketahui secara umum bahwa tujuan dari setiap bisnis atau perusahaan adalah memaksimalkan kekayaan pemegang saham atau menghasilkan profit bagi para pemegang saham baik perusahaan tersebut bergerak dalam bidang jasa maupun produksi dan memaksimalkan kekayaan tersebut dapat diartikan sebagai mencari keuntungan. Investor atau bisa di sebut pemegang saham, kreditor yang berminat untuk membeli saham maupun obligasi suatu perusahaan tidak hanya akan melihat bagaimana pergerakan saham secara historis akan tetapi perform atau kinerja keseluruhan perusahaan juga harus diukur. Dengan kata lain, setelah mengukur kinerja perusahaan secara keseluruhan seorang investor dapat memutuskan untuk berinvestasi atau tidak atau menjual sahamnya yang telah ada dalam perusahaan tersebut.

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menilai sektor jasa keuangan hingga data April 2021 masih *solid* dengan indikator permodalan dan likuiditas yang tersedia serta risiko kredit yang terjaga. OJK menilai pemulihan ekonomi global terus berlanjut seiring pulihnya aktivitas perekonomian negara ekonomi utama dunia. Pada sektor domestik, indikator perekonomian seperti rumah tangga dan korporasi mengindikasikan perbaikan. Mobilitas penduduk di kuartal ke-2 meningkat signifikan yang diharapkan mempercepat pemulihan ekonomi.

Pertumbuhan kredit masih positif, terutama didorong oleh penyaluran kredit dari bank BUMN dan BPD. Kredit UMKM juga mulai menunjukkan perbaikan. Dari tren ini, pertumbuhan kredit kuartal I/2021 lebih baik dari 2020, sehingga masih terdapat ruang untuk pertumbuhan. Ruang pertumbuhan kredit juga didukung dengan suku bunga kredit yang terus turun.

OJK menyatakan bahwa suku bunga bukan satu-satunya faktor penentu tumbuhnya kredit perbankan karena pertumbuhan kredit sangat ditentukan oleh permintaan masyarakat. Permintaan atas kredit/pembiayaan akan kembali tinggi apabila terjadi peningkatan mobilitas masyarakat yang mematuhi protokol kesehatan. Hal tersebut didukung upaya vaksinasi yang semakin meluas untuk meningkatkan imunitas dan kesehatan masyarakat yang terjaga baik. (Sumber: *bisnis.com*, 2021 diakses pada 30 Desember 2022)

Minat penggunaan bank *online* di Indonesia akhir – akhir ini sangat tinggi. Banyak nasabah, terutama kalangan anak muda, beralih dari bank konvensional ke bank digital. Berikut ini daftar 8 bank digital terbaik di Indonesia tahun 2022:

Tabel 1.1

Daftar Bank Digital Terbaik di Indonesia 2022

No.	Nama – Nama Bank
1.	Bank Jago
2.	Jenius
3.	TMRW
4.	Blu by BCA Digital
5.	Neobank by Bank Neo Commerce
6.	Wokee
7.	Digibank
8.	LINE Bank

Sumber: investbro.id

Jenius memegang gelar Bank Digital Terbaik di Indonesia selama beberapa tahun sebelum bank *online* lainnya muncul. Jenius merupakan pionir perbankan digital di Indonesia sejak tahun 2016. Jenius adalah aplikasi perbankan digital terpopuler saat ini. Anak perusahaan BTPN ini berdiri dalam waktu yang singkat, namun berhasil mendapatkan jutaan nasabah dalam waktu yang singkat. Banyaknya nasabah yang ingin bergabung dengan Jenius bukan tanpa alasan.

Jenius tentu saja kaya fitur dan memiliki kebijakan harga yang fleksibel. Awalnya, Jenius mengenakan biaya administrasi gratis, tetapi mulai Januari 2021 biaya administrasi sebesar Rp 10.000 per bulan diperkenalkan, memperkenalkan istilah baru 'layak'. Kebijakan ini mengundang reaksi negatif dari nasabah. Pengguna aplikasi Jenius dapat melakukan berbagai aktivitas keuangan, mulai dari menabung, berdagang, hingga berinvestasi di deposito. Jenius dapat dengan mudah mendaftar secara online dan tidak perlu pergi ke cabang BTPN untuk menggunakan layanan yang ditawarkan.

Keunggulan Jenius adalah adanya fitur-fitur sebagai Flexi Saver, Dream Saver, dan Maxi Saver. Besaran anak uang Flexi Saver dan Dream Saver adalah sebanyak 2,5% pelok temporer anak uang Maxi Saver terlintas 4% pelok. Tidak berlebihan bank digital memegang fitur ini, sehingga wajar jika Jenius diri sangka serupa maksiat esa bank *online* terbaik. Ada juga fitur Flexi Cash yaitu peservis peminjaman modal yang teratur lanjut di pelaksanaan Jenius. Meskipun bunganya ringan, perhitungan rente pinjamannya agar tidak terikat nomor yang menumpuk. Batas peminjaman di Flexi Cash bersendeng dekat kenangan nomor pengguna, berdiri setiap pelanggan mempunyai sempadan peminjaman yang berbeda.

Jenius adalah aplikasi perbankan revolusioner yang dilengkapi dengan kartu debit Visa untuk membantu kamu melakukan aktivitas finansial seperti menabung, bertransaksi, atau mengatur keuangan dengan lebih aman, cerdas, dan simpel. Semua dilakukan dari satu tempat, semua dari *smartphone*. Jenius adalah Banking Reinvented, yang berarti walaupun memiliki fungsi sebuah bank, tapi Jenius mengembalikan semua akses kepada penggunanya. Sehingga memiliki kendali atas uang dan pengaturan keuangan sendiri.

Jenius lebih dari sebuah bank karena Jenius juga berperan sebagai alat yang membantu penggunanya dalam meraih integrasi yang lancar antara kehidupan dan

keuangan sehingga dengan mudah bisa meraih tujuan hidup dan cita-cita. Jenius berbeda dari bank pada umumnya karena semua aktivitas perbankan dibuat lebih mudah tanpa harus pergi ke bank atau mengantre panjang dengan banyaknya birokrasi. Semua bisa di lihat, tata, dan atur langsung dari dalam *smartphone*.

Jenius berbeda dari *mobile banking* yang fungsinya sebagai perpanjangan tangan sebuah bank. Hal ini tidak perlu pergi ke bank dan membuat rekening terlebih dahulu sebelum menikmati layanan Jenius. Dengan Jenius, semua aktivitas finansial bisa di lakukan di dalam aplikasi, mulai dari membuka rekening, pembayaran tagihan, transfer uang, tabungan, deposito, pembuatan kartu debit, serta alokasi dana untuk pengaturan keuangan.

Jenius juga berbeda dari *e-wallet*, karena Jenius tidak hanya bisa dimanfaatkan untuk melakukan pembayaran atau transaksi, tapi juga menerima simpanan dan deposito berjangka dengan bunga hingga 4,25% serta membantu dalam mengatur keuangan untuk *Life Finance* yang lebih baik.

Jenius membantu proses transaksi lebih cepat, memaksimalkan tabungan dengan bunga lebih tinggi, mengatur keuangan dengan kartu debit tambahan untuk alokasi dana dan limit budget. Kamu bisa memiliki:

- a. *Cashtag*, nama rekening sebagai pengganti nomor rekening, jadi kamu tidak perlu lagi menghafal nomor rekening yang panjang.
- b. *Split Bill*, untuk membagi tagihan kamu dengan teman atau keluarga secara adil.
- c. *Card Center*, pengaturan semua kartu debit di satu tempat termasuk limit transaksi dan tarikan tunai harian atau blokir sementara dan buka blokir kartu serta blokir permanen kartu Kelebihan Jenius lainnya.

Jenius bebas biaya tarik tunai serta transfer antar bank masing-masing hingga 25 kali per bulan, biaya pembukaan dan penutupan rekening, saldo awal, saldo minimum, biaya transfer, dan biaya pembuatan kartu. (Sumber: jenius.com, 2022 diakses pada 30 Desember 2022)

Akan tetapi, adapun masalah yang dihadapi oleh bank Jenius yaitu banyaknya pengguna jasa bank Jenius yang banyak mengeluhkan berbagai kendala. Nasabah pengguna bank digital Jenius milik PT Bank Tabungan Pensiunan Negara (BTPN) banyak mengeluhkan berbagai kendala yang muncul dalam melakukan

transaksi kepada akun layanan pelanggan Jenius di Twitter yang artinya secara ada kelemahan yang berpotensi membuat pelanggan menjadi kecewa sehingga berhenti menggunakan layanan dari BTPN Jenius.

Beberapa keluhan tersebut terkait transaksi yang gagal tetapi saldo tetap terpotong, gagal melakukan transfer tetapi tercatat berhasil dimutasi rekening dan sebagainya.



Gambar 1.3 Bukti Keluhan Layanan Jenius

Sumber: Instagram dan Twitter Jenius, 2022

Keluhan pada twitter Jenius tersebut membuktikan bahwa pelayanan jenius sangat kurang memuaskan. Karena, proses pengurusan ganti kartu sangat lama sekali yang mengakibatkan nasabah protes kepada Jenius.



Gambar 1.4 Bukti Keluhan pada Jenius

Sumber: Instagram Jenius, 2022

Keluhan pada Instagram Jenius tersebut membuktikan bahwa pelayanan Jenius makin jelek. Karena, transaksi antar bank tidak berhasil selama 1x24jam. Maka dari itu dana nasabah di tahan selama beberapa hari.

Dengan banyaknya hasil negatif dari kualitas pelayanan Jenius di atas hal ini sejalan dengan teori kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan yang diharapkan oleh para konsumen adalah fasilitas yang memadai, pelayanan yang baik, kenyamanan, keamanan, ketenangan dan hasil yang memuaskan sehingga pihak manajemen harus memikirkan bagaimana kualitas pelayanan yang baik pada saat ini dapat terus berkembang demi kelancaran dimasa yang akan datang. Penilaian kualitas pelayanan didasarkan atas lima dimensi kualitas pelayanan yaitu *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *Empathy* (empati) dan *tangibles* (berwujud). Atribut-atribut tersebut dapat dijabarkan dengan dimodifikasi sesuai dengan jenis usaha yang diteliti dan kemudian dijadikan kriteria-kriteria penilaian bagi pelanggan terhadap kinerja perusahaan.

Kondisi usaha membawa perusahaan khususnya sektor jasa pada suatu kenyataan bahwa kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan agar perusahaan tetap sukses, baik tingkat operasional maupun strategi. Kini semakin disadari bahwa pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan. Meskipun demikian tidaklah gampang untuk mewujudkan kepuasan pelanggan secara menyeluruh. Namun tentu saja setiap perusahaan harus berusaha meminimalkan ketidakpuasan pelanggan dengan memberikan pelayanan yang semakin hari semakin baik. Dan pada saat bersamaan,

perusahaan perlu pula memperhatikan konsumen yang merasa tidak puas. Kepuasan pelanggan yang tinggi ditimbulkan oleh kualitas pelayanan yang maksimal dan jika kualitas pelayanan yang diberikan buruk maka harapan konsumen tidak akan pernah tercapai dengan begitu pelanggan akan hilang satu demi satu, hal ini berarti perusahaan tersebut akan bangkrut.

Namun untuk mendukung penelitian ini, penulis melakukan pra penelitian kepada nasabah Jenius mengenai kualitas layanan. Hasil dari pra penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana kualitas layanan pada nasabah Jenius. Pra penelitian melalui *google form* yang disebar ke 30 nasabah Jenius di Cikarang, kabupaten Bekasi sebagai salah satu kabupaten atau kota utama yang fokuskan oleh BTPN Jenius dilansir dari website jenius.com sebagai berikut:

Tabel 1.2
Hasil Pra Penelitian Kualitas Layanan

No	Pertanyaan	Jawaban	
		Ya	Tidak
Dimensi Bukti Fisik (<i>Tangible</i>)			
1	Saya merasa seragam dari karyawan Jenius rapih	50%	50%
2	Saya merasa setiap booth Jenius menarik	32.6%	67.4%
3	Saya merasa fasilitas di booth Jenius sangat lengkap	32.6%	67.4%
Dimensi Kehandalan (<i>Reliability</i>)			
4	Saya merasa karyawan Jenius bisa menyelesaikan keluhan secara baik	39.1%	60.9%
5	Saya merasa mudah memahami mengenai informasi terkait Jenius	43.5%	56.5%
6	Saya merasa sistem dari bank Jenius cepat dalam melakukan transaksi	34.8%	65.2%
Dimensi Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)			
7	Saya mendapatkan respon yang baik dari setiap keluhan masalah yang saya berikan	34.8%	65.2%
8	Saya merasa layanan Jenius tersedia setiap saat	28.3%	71.7%
Dimensi Jaminan (<i>Assurance</i>)			

No	Pertanyaan	Jawaban	
		Ya	Tidak
9	Saya merasa Jenius mampu mengelola dana dengan baik	26.1%	73.9%
10	Saya merasa mendapatkan kualitas pelayanan yang jujur	37%	63%
11	Saya merasa Jenius dapat melindungi identitas nasabah dengan baik	39.1%	60.9%
Dimensi Empati (<i>Empathy</i>)			
12	Saya merasa diperhatikan dengan baik oleh pelayanan Jenius ketika sedang berkonsultasi	39.1%	60.9%
13	Saya merasa pelayanan Jenius Ketika berkomunikasi sangat baik dan ramah	47.8%	52.2%
Variabel Kualitas Layanan		35%	65%

Sumber: Hasil Data Olahan Penulis, 2022

Dari hasil pra penelitian pada table 1.2 dapat diketahui bahwa hasil dari pra survei oleh 30 responden menunjukkan bahwa nasabah Jenius tidak setuju pada kualitas layanan sebesar 65%, yang berdimensi bukti fisik (*tangible*) dengan tingkat kerapihan seragam karyawan Jenius yang tidak setuju sebesar 50%, lalu tidak setuju dengan tingkat kemenarikan booth Jenius sebesar 67,4%, serta tidak setuju dengan tingkat kelengkapan fasilitas yang ada di booth Jenius sebesar 67,4%. Lalu yang berdimensi Keandalan (*reliability*) dengan tingkat keandalan dalam menyelesaikan keluhan masalah secara baik yang tidak setuju sebesar 60,9%, lalu tidak setuju dengan tingkat kemudahan informasi sebesar 56,5%, serta tidak setuju dengan tingkat kecepatan Jenius dalam melakukan transaksi sebesar 65,2%. Selanjutnya berdimensi daya tanggap (*responsiveness*) dengan tingkat merespon keluhan masalah sebesar 65,2%, lalu tidak setuju dengan tingkat kesediaan dalam memberikan bantuan sebesar 71,7%. Selanjutnya dengan adanya dimensi jaminan (*assurance*) dengan tingkat mengelola dana nasabah yang tidak setuju sebesar 73,9%, lalu tidak setuju dengan tingkat kejujuran karyawan dalam melakukan pekerjaan sebesar 63%, serta tidak setuju dengan tingkat melindungi identitas nasabah sebesar 60,9%. Dan dimensi terakhir pada kualitas layanan adalah dimensi empati (*empathy*) dengan tingkat perhatian karyawan yang diberikan kepada

nasabah yang tidak setuju sebesar 60,9%, dan tingkat komunikasi karyawan baik dalam memberikan pelayanan kepada nasabah sebesar 52,2%.

Pada hasil observasi awal telah ditemukan bahwa hasil pengamatan penelitian masih terdapat permasalahan yang ditemukan pada kualitas layanan yang diasumsikan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Hal ini menjadi titik perhatian bagi peneliti untuk mengungkap lebih lanjut bagaimana kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.

Hal ini diperkuat dari hasil pra survei loyalitas konsumen pada Jenius dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 1.3
Hasil Pra Penelitian Layanan Konsumen

No	Pertanyaan	Jawaban	
		Ya	Tidak
Dimensi Pembelian Ulang Secara Teratus			
1	Saya selalu melakukan transaksi melalui Jenius	17.4%	82.6%
Dimensi Membeli Di Luar Lini Produk			
2	Saya bersedia menggunakan layanan lainnya yang ditawarkan oleh bank Jenius	73.9%	26.1%
Dimensi Mereferensikan Produk Kepada Orang Lain			
3	Saya merekomendasikan orang lain agar membuka rekening bank Jenius	28.3%	71.7%
Dimensi Menunjukkan Kekebalan Daya Tarik Dari Pesaing			
4	Saya tidak terpengaruh produk sejenis dengan merk yang berbeda	34.8%	65.2%
Variabel Loyalitas Konsumen		25%	75%

Sumber: Hasil Data Olahan Penulis, 2022

Dari hasil pra penelitian pada table 1.3 dapat diketahui bahwa hasil dari pra survei oleh 30 responden menunjukkan bahwa nasabah Jenius tidak setuju pada loyalitas konsumen sebesar 75%. Dengan dimensi pembelian ulang secara teratur yang tidak setuju sebesar 82,6%, selanjutnya dengan dimensi membeli di luar lini produk yang tidak setuju sebesar 26,1%, lalu dengan dimensi mereferensikan produk kepada orang lain yang tidak setuju sebesar 71,7%, dan terakhir dengan dimensi menunjukkan kekebalan daya tarik dari pesaing yang tidak setuju sebesar 65,2%.

Kotler Keller dalam Agus (2022) pelanggan biasanya akan loyal atau bertahan dengan pilihan perusahaan yang sama dalam dengan kualitas produk dan

layanan yang tinggi Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Hasil penelitian Silas, Paul, & Bagobiri (2021) menunjukkan pentingnya kualitas layanan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan secara langsung. Bahkan dalam penelitian Panjaitan (2017) menemukan pengaruh secara tidak langsung dari kualitas layanan terhadap peningkatan loyalitas konsumen.

Dengan adanya situasi dan fenomena diatas, maka permasalahan ini layak diteliti lebih lanjut menggunakan variabel kualitas layanan agar lebih mengetahui seberapa besar pengaruhnya terhadap loyalitas konsumen nasabah Jenius. Dengan begitu penulis akan mengambil judul “**Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Nasabah Jenius (STUDI PADA PENGGUNA DI CIKARANG)**”.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijabarkan diatas, maka perumusan masalah yang akan diangkat dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana Kualitas Layanan Pada Nasabah Jenius?
2. Bagaimana Loyalitas Konsumen Pada Nasabah Jenius?
3. Bagaimana Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Nasabah Jenius?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan sebuah arahan yang menjadi pedoman pada setiap penelitian untuk menemukan jawaban atas permasalahan penelitian yang dirumuskan. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah mengidentifikasi:

1. Untuk mengetahui Kualitas Layanan Pada Nasabah Jenius.
2. Untuk mengetahui Loyalitas Konsumen Pada Nasabah Jenius.
3. Untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Nasabah Jenius.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan penulis mengenai persepsi mahasiswa Administrasi Bisnis di Bandung yang mewakili masyarakat dalam penerimaan layanan perbankan digital aplikasi Jenius. Penulis juga dapat berhati-hati kesadaran akan pentingnya menabung dan mengelola keuangan menggunakan aplikasi Jenius melalui fitur-fitur tersedia.

1.5.2 Kegunaan Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dalam mengetahui persepsi apa saja yang memengaruhi mahasiswa selaku generasi milenial untuk menerima dan menggunakan aplikasi Jenius. Penelitian ini diharapkan juga dapat menjadi bahan evaluasi untuk pihak Jenius dalam mengelola dan meningkatkan kualitas aplikasi Jenius.

1.6 Batasan Penelitian

Agar pembahasan dalam penelitian ini dapat terarah, maka penulis membatasi penelitian ini sebagai berikut:

1. Variabel dan Sub Variabel Penelitian ini menggunakan dua variabel, yaitu:
 - a. Variabel independent (X1), yaitu “Kualitas Layanan”
 - b. Variabel dependent (Y), yaitu “Loyalitas Konsumen”
2. Lokasi dan Objek Penelitian

Lokasi penelitian yang digunakan di kota Cikarang dengan objek penelitian yaitu responden yang menjadi nasabah Jenius.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dibuat untuk memberikan gambaran umum tentang penelitian yang dilakukan dan untuk kejelasan penulisan hasil penelitian. Dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

1. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan penjelasan secara umum, ringkas, dan padat yang menggambarkan dengan tepat mengenai gambaran objek penelitian, latar

belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tinjauan pustaka dan lingkup penelitian, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan ruang lingkup penelitian. Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu: Manajemen Pemasaran,

3. Bab III METODE PENELITIAN

Bab ini membahas metode penelitian yang digunakan, variabel operasional, informan penelitian, jenis penelitian, tahapan penelitian, dan teknik pengumpulan data.

4. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan membahas mengenai kesesuaian antara teori terhadap aktivitas observasi yang dilakukan serta pembahasan hasil observasi sehingga dapat mencapai tujuan yaitu menjawab permasalahan – permasalahan yang diangkat.

5. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab terakhir ini, dipaparkan kesimpulan hasil observasi yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, serta saran – saran yang ingin disampaikan terhadap perusahaan yang dijadikan objek observasi.