

# ERICSON JOJON FERNANDES

*by* UNITRI Press

---

**Submission date:** 25-May-2022 03:33AM (UTC-0400)

**Submission ID:** 1742737948

**File name:** ERICSON\_JOJON\_FERNANDES.docx (201.57K)

**Word count:** 1570

**Character count:** 10847

**PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING*, *FINANCIAL TECHNOLOGY* DAN  
*EMPATHY* TERHADAP KUALITAS PELAYANAN PADA KOPERASI PEGAWAI  
REPUBLIK INDONESIA UNIVERSITAS BRAWIJAYA DI KOTA MALANG**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



**OLEH :**

**ERICSON JOJON FERNANDES**

**NIM : 2017120047**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADDEWI  
MALANG  
2021**

**PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING*, *FINANCIAL TECHNOLOGY* DAN  
*EMPATHY* TERHADAP KUALITAS PELAYANAN PADA KOPERASI PEGAWAI  
REPUBLIK INDONESIA UNIVERSITAS BRAWIJAYA DI KOTA MALANG**

**ABSTRAK**

Munculnya inovasi informatika yang datangnya dari bidang finansial ialah FinTech. FinTech merupakan gabungan dari *Financial Technology* yang mana artinya perubahan layanan pada keuangan. FinTech jalan alternatif untuk memudahkan masyarakat dalam bertransaksi. Menurut Peraturan BI No. 19/12/PBI/2017 terkait Penyelenggaraan Teknologi Finansial Bab I Pasal I, Teknologi Finansial ialah pemakaian teknologi informatika dalam bentuk keuangan, pelayanan, teknologi, model bisnis yang berbasis internet, untuk menstabilkan keuangan, lebih efisien, efektif, aman dan mudah diandalkan.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Penentuan sampel memakai teknik *Nonprobability Sampling* yang mana teknik untuk mengambil sampel yang tidak bisa memberikan kesempatan setiap unsur atau setiap yang akan menjadikan sampel. Dan juga memakai *purposive sampling*, sedangkan untuk mengambil sampel dipilih secara acak. Untuk pengambilan data menggunakan kuesioner, observasi dan dokumentasi. Sedangkan teknik analisis data memakai analisa regresi berganda.

Berdasarkan hasil dan penjelasan pada riset sebelumnya, *Relationship marketing* tidak dapat memberikan sebuah pengaruh terhadap kualitas pelayanan pada Koperasi pegawai Republik Indonesia Universitas Brawijaya Di Kota Malang. Artinya bahwa apabila *relationship marketing* dapat memperkuat kualitas pelayanan, maka secara tidak langsung akan memaksimalkan dalam *relationship marketing* jauh lebih baik. *Financial technology* tidak dapat memberikan sebuah pengaruh terhadap kualitas pelayanan pada Koperasi pegawai Republik Indonesia Universitas Brawijaya Di Kota Malang. Artinya bahwa apabila *financial technology* dapat memperkuat kualitas pelayanan, maka secara tidak langsung akan memaksimalkan dalam *financial technology* jauh lebih baik. *Empati* dapat memberikan sebuah pengaruh terhadap kualitas pelayanan pada Koperasi pegawai Republik Indonesia Universitas Brawijaya Di Kota Malang.

**Kata Kunci: Relationship Marketing, Financial Technology Dan Emphaty, Kualitas Pelayanan**

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1. Latar Belakang

Berkembangnya IPTEK sangat banyak memberi perubahan setiap pesaing bisnis yang semakin maju dan kompetitif. Pesaing semakin ketat sehingga membawa setiap instansi berevolusi yang lebih baik guna untuk memberikan keunikan untuk customer. Keadaan ini juga dirasakan oleh usaha keuangan, pada khususnya titik pembahasan ialah tentang bank syariah. Perbankan syariah ialah lembaga yang beroperasi bidang keuangan yang mana sistem operasionalnya beserta produknya mengembangkan dan mengikuti aturan Al-Quran dan Hadits (Sumar'in, 2012). Perbankan syariah mulai dioperasikan di Indonesia pada 1992. Inovasi pada perbankan di Indonesia membuktikan yang terbaik pada dunia semenjak UU No. 7 Tahun 1992 terkait perbankan, juga dikuatkan oleh UU No. 10 tahun 1998.

Pada detik ini instansi perbankan syariah telah memberikan perlawanan terkait keberadaan dan bersaing dengan perbankan konvensional. Dari kedua perbankan tersebut menunjukkan daya saingnya dengan memberikan serta mempertahankan tingkat kepuasan beserta loyalitas customer yang merupakan bagian terpenting untuk keberlangsungan sebuah industri keuangan. Kedua Perbankan baik syariah maupun konvensional selalu melayani dan memberikan pelayanan yang terbaik, memberikan kreativitas produk dan juga jasa yang mengunggulkan dengan memberikan fitur yang mudah untuk customer. Kedua perbankan terus berupaya mencari keuntungan dan mendiferensiasikan diri sebagai tujuan menjadi juara dalam setiap kompetisi persaingan (Rohidi, 2011).

(Kotler, 2007) mengatakan puasny seorang customer merupakan sebuah cerminan yang komparatif dari instansi yang sudah bekerja keras. Namun sebaliknya kalau pekerjaan masih dibawah yang diinginkan maka peluang tidak puas dan akan berpaling ke produk lain. Jikalau pekerjaan puas maka customer merasakan kepuasan. Namun apabila pekerjaan melampaui harapan maka pelanggan sangatlah puas. Relationship marketing ialah cara untuk mendekati emosional ke customer guna memberikan kepuasan dan bisa mempertahankan loyalitas.

Dasar dari relationship marketing ialah relasi atau ikatan yang mempunyai jangka panjang antara produsen, pelanggan dan pemasok dan lain sebagainya. Intisari dari relationship marketing tidak termasuk dalam bagian kelanggengan konsumen dan didalamnya terjadi pertukaran kepercayaan dan ada ketergantungan. Instansi perbankan seharusnya melihat

penyebab yang terpenting pada <sup>1</sup> relationship marketing. Menurut (Sefesiyani, 2015) ada 4 dasar-dasar pemaparan relationship marketing, ialah trust, komitmen, komunikasi dan conflict handling. Bank yang merupakan instansi keuangan untuk melakukan aktivitas bisnis tidak jauh dari setiap problematika, yang mana semua itu akan memberikan pengaruh terhadap sektor usaha. Dari itu bank mempunyai peran sangat urgen untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan untuk customer. Instansi yang bergerak pada bidang jasa dituntut untuk selalu memberikan pelayanan yang bagus supaya tidak ditinggal customer dalam jangka panjang. Instansi yang mempunyai pelayanan yang berkualitas bisa dilihat dari manajemennya ketika mengelola dipercaya, ramah, produk sesuai dengan keinginan konsumen (<sup>4</sup>Wijayanto, 2015).

Pada era industri 4.0 menjadi sebuah tantangan tersendiri untuk negara guna mengubah model bisnis klasik ke modern. Teknologi inovatif pada jasa keuangan (*Financial Technology*) semua usaha konvensional dituntut untuk berevolusi yang lebih moderat. eksistensi *FinTech* datang ketika revolusi teknologi informasi dibutuhkan untuk menghubungkan antara sektor finansial kepada masyarakat. Indonesia termasuk dalam pasar besar FinTech semua berjalan dengan semakin melonjaknya pengguna gadget sebagai transaksi (Suharyati & Sofyan, 2018). Dari data hasil survey Asosiasi Penyelenggaraan Jasa Internet Indonesia (APJII), pada tahun <sup>6</sup> 2017 pemakai internet sudah mencapai 143,26 juta jiwa (54,68%) dari banyaknya populasi 262 juta jiwa (<sup>1</sup>Silalahi, R., & Pramedia, 2018).

Seperti yang sudah kita lihat, banyak aktivitas ekonomi yang menggunakan kemudahan dari teknologi informasi untuk memudahkan masyarakat ketika bertransaksi jual beli, transfer, melakukan pembayaran menggunakan <sup>1</sup> kartu kredit atau debit yang sudah diluncurkan oleh pihak bank. Perkembangan zaman pembayaran sekarang cukup menggunakan gadget, hal ini merupakan termasuk dalam kemajuan teknologi. Didukung teknologi yang maju, maka masyarakat yang menggunakan pembayaran melalui non tunai merupakan jalan yang alternatif, karena semua itu sudah efisien dan aman. Revolusi kehidupan yang semakin cepat terus meningkat untuk mengefisien waktu.

<sup>1</sup> Inovasi teknologi informasi yang muncul di bidang layanan jasa finansial adalah FinTech. FinTech berasal dari singkatan *Financial Technology* yang mempunyai arti inovasi dalam layanan keuangan. FinTech membantu masyarakat menjadi lebih mudah dalam mengakses produk keuangan dan literasi keuangan. Menurut Peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12/PBI/2017 tentang Penyelenggaraan Teknologi Finansial Bab I Pasal I, Teknologi Finansial adalah penggunaan teknologi dalam sistem keuangan yang menghasilkan produk, layanan, teknologi, dan/atau model bisnis baru serta dapat berdampak pada stabilitas moneter, stabilitas sistem keuangan, dan/atau efisiensi, kelancaran, keamanan, dan keandalan sistem

pembayaran. Layanan FinTech yang ada di Indonesia adalah personal finance and investment, payment, point of sale systems (POS), lending, accounting, comparison, crowdfunding, dan cryptocurrency (Silalahi, R., & Pramedia, 2018).

Munculnya inovasi informatika yang datangnya dari bidang finansial ialah FinTech. FinTech merupakan gabungan dari *Financial Technology* yang mana artinya perubahan layanan pada keuangan. FinTech jalan alternatif untuk memudahkan masyarakat dalam bertransaksi. Menurut Peraturan BI No. 19/12/PBI/2017 terkait Penyelenggaraan Teknologi Finansial Bab I Pasal I, Teknologi Finansial ialah pemakaian teknologi informatika dalam bentuk keuangan, pelayanan, teknologi, model bisnis yang berbasis internet, untuk menstabilkan keuangan, lebih efisien, efektif, aman, dan mudah diandalkan. (Anshori, M., & Iswati, 2019).

(Sudaryanto, 2005) meningkatnya yang menggunakan financial technology sehingga membuat perbankan harus bertahan dengan mengikuti keinginan customer yang selalu update. Kedepannya, perbankan mempunyai tantangan untuk memberikan kualitas pelayanan e-banking ini akan menjadi lebih sulit lagi dibandingkan dengan customer service, teller, dan satpam di kantor cabang.

Kotler dalam (Nisazizah, 2018) memaparkan untuk mengungguli persaingan pasar ialah instansi harus mampu untuk selalu memberikan peningkatan loyalitas kepada customer. Yang mana apabila customer sudah setia itu merupakan kunci sukses keunggulan dalam persaingan pasar global, persaingan bukan hanya dalam waktu yang singkat saja melainkan waktu yang panjang. Customer yang sudah setia harus memprioritaskan pelayanannya. Sebab itulah loyalitas akan muncul dari customer dan ini merupakan aset terbesar bagi instansi.

Financial technology mempunyai kepuasan tersendiri untuk mendorong bagi owner bisnis. Financial technology bisa memberikan tingkatan kinerja bisnis dan keadaan finansial yang lebih baik sehingga memberikan kepuasan tersendiri. Koperasi Pegawai Republik Indonesia (KPRI) ialah contoh salah satu jenis koperasi di Indonesia. KPRI mempunyai peran aktif untuk membangun ekonomi para anggotanya terkhususkan kepada pegawai negeri sipil dan masyarakat pada umumnya semua agar bisa meningkat. KPRI mempunyai peran untuk memberikan kualitas yang tinggi bagi manusia dan masyarakat dan juga bisa memperkuat keadaan ekonomi rakyat. Dari laporan keuangan KPRI Brawijaya dimulai dari 2009, 2010, 2011 memaparkan tiap tahunnya ada kenaikan yang signifikan SHU (Sisa Hasil Usaha) ini merupakan sebuah alat yang diberi nama *financial technology* ialah cara membantu kelancaran pengguna teknologi, mengefisien dan efektif di bidang finansial.

Melalui pemaparan diatas, riset ini diberi judul "Pengaruh *Relationship Marketing*, *Financial Technology* dan *Empathy* Terhadap Kualitas Pelayanan Pada Koperasi Pegawai Republik Indonesia Universitas Brawijaya Di Kota Malang."

## 2. Rumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang yang sudah tercantum diatas, maka dapat dirumuskan permasalahannya ialah :

1. Apakah *relationship marketing* berpengaruh pada kualitas pelayanan pada koperasi pegawai Republik Indonesia di Universitas Brawijaya Kota Malang ?
2. Apakah *financial technology* berpengaruh pada kualitas pelayanan pada koperasi pegawai Republik Indonesia di Universitas Brawijaya Kota Malang ?
3. Apakah *empathy* berpengaruh pada kualitas pelayanan pada koperasi pegawai Republik Indonesia di Universitas Brawijaya Kota Malang ?

## 3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari peneliti ialah :

1. Untuk mengetahui *relationship marketing* berpengaruh pada kualitas pelayanan pada koperasi pegawai Republik Indonesia di Universitas Brawijaya Kota Malang
2. Untuk mengetahui *financial technology* berpengaruh pada kualitas pelayanan pada koperasi pegawai Republik Indonesia di Universitas Brawijaya Kota Malang
3. Untuk mengetahui *empathy* berpengaruh pada kualitas pelayanan pada koperasi pegawai Republik Indonesia di Universitas Brawijaya Kota Malang

## 4. Manfaat Penelitian

Secara teoritis manfaat dari penelitian ini adalah untuk mengembangkan ilmu pengetahuan di bidang jasa khususnya *relationship marketing* dan *financial technology* terhadap dalam kualitas pelayanan

### a. Bagi Perusahaan

Harapannya riset ini bisa memberikan kritik dan saran yang membangun untuk memberikan kebijakan terkait permasalahan *relationship marketing* dan *financial technology* kepada kepuasan customer, untuk mengembangkan nasabah dan instansi .

### b. Bagi pihak lain

Harapannya bisa memberikan sumbangsih intelektual dan informasi terkait permasalahan diatas, dan menjadikan referensi untuk riset berikutnya.

# ERICSON JOJON FERNANDES

## ORIGINALITY REPORT

**27%**  
SIMILARITY INDEX

**26%**  
INTERNET SOURCES

**10%**  
PUBLICATIONS

**6%**  
STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

<b>1</b>	<a href="http://e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id">e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id</a> Internet Source	<b>14%</b>
<b>2</b>	<a href="http://repository.ub.ac.id">repository.ub.ac.id</a> Internet Source	<b>7%</b>
<b>3</b>	<a href="http://rinjani.unitri.ac.id">rinjani.unitri.ac.id</a> Internet Source	<b>2%</b>
<b>4</b>	Submitted to Universitas Jambi Student Paper	<b>1%</b>
<b>5</b>	<a href="http://riset.unisma.ac.id">riset.unisma.ac.id</a> Internet Source	<b>1%</b>
<b>6</b>	Rory Ramayanti, Lailatus Sa'diyah. "PERANAN LITERASI MEDIA DIGITAL DALAM MENCEGAH PENYEBARAN HOAKS", Baitul 'Ulum: Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi, 2017 Publication	<b>1%</b>
<b>7</b>	Yusriana Yusriana. "ANALISIS HUKUM DALAM PENYELESAIAN SENGKETA SECARA MEDIASI TERHADAP KONFLIK ANTARA NASABAH DENGAN PIHAK BANK", Juripol (Jurnal Institusi Politeknik Ganesha Medan), 2021	<b>1%</b>

Publication

---

8

garuda.ristekdikti.go.id  
Internet Source

1 %

---

9

penamahasantri.home.blog  
Internet Source

1 %

---

---

Exclude quotes      On

Exclude matches      Off

Exclude bibliography      On