

## **BAB I Pendahuluan**

### **1.1 Objek Penelitian**

Logo Bank Sumsel Babel yang saat ini digunakan sebagai salah satu pembeda dengan bank lainnya dan juga kebanggaan dari PT Bank Pembangunan Daerah Sumatra Selatan dan Bangka Belitung.



*Gambar 1. 1 Logo Bank Sumsel Babel*

Sumber : <https://www.banksumselbabel.com/> (2022)

Bank SumselBabel merupakan salah satu bank di Indonesia dengan nama perusahaan PT Bank Pembangunan Daerah Sumatra Selatan dan Bangka Belitung didirikan pada tanggal 6 November 1957 yang didirikan berdasarkan:

1. Keputusan Panglima Ketua Penguasa Perang Daerah Sriwijaya Tingkat 1 Sumatra Selatan Nomor 132/SPP/58 tanggal 10 April 1958 dengan berlaku surut mulai tanggal 6 November 1957.
2. Akta Notaris Tan Thong Khe Nomor 54 tanggal 29 September 1958 dengan izin Menteri Kehakiman No. J.A.5/44/16 tanggal 11 Mei 1959.
3. Izin Usaha Bank dari Menteri Keuangan No. 47692/UM II tanggal 18 April 1959.

Selanjutnya dengan adanya pemberlakuan Undang-Undang Nomor 13 Tahun 1962 tentang Bank Pembangunan Daerah, maka terhitung sejak tahun 1962, secara resmi kegiatan PT Bank Pembangunan Sumatra Selatan menjadi milik Pemerintah Daerah Provinsi Sumatra Selatan dengan status badan hukum perusahaan daerah berdasarkan Peraturan Daerah Nomor 11/DPRDGR Tingkat I

Sumatra Selatan, dengan izin usaha yang dikeluarkan oleh Menteri Urusan Bank Central/Gubernur Bank Indonesia Nomor 2/kep/MUBS/G/63 tanggal 27 Februari 1963.

Bangka Belitung pada awalnya masih satu provinsi dengan Sumatra Selatan. Sejak tahun 2000 Bangka Belitung telah memisahkan diri dari Provinsi Sumatra Selatan sehingga menjadi provinsi. Sehingga mengalami perubahan menjadikan PT Bank Pembangunan Daerah Sumatra Selatan tergabung dengan pemerintahan Bangka Belitung.

Bank Sumsel Babel menyediakan banyak produk termasuk bagian fasilitas layanannya. Fasilitas layanan Bank Sumsel Babel menyediakan SMS Banking Telepati, Phone Banking, Safe Deposit Box, ATM, Bank Sumsel Babel Prioritas, QRIS Bank Sumsel Babel, Mobile Banking, Customer Onboarding. Pada fasilitas layanan terdapat platform mobile banking dengan nama BSB Mobile Banking yang dapat diakses secara langsung oleh nasabahnya melalui aplikasi handphone atau tablet berbasis Android dan iOS menggunakan jaringan internet.

Bank Sumsel Babel memiliki 27 kantor cabang. Provinsi Sumatera Selatan ada 19 kantor cabang, Bangka Belitung ada 6 kantor cabang, dan Jakarta ada 1 kantor cabang. memiliki kantor cabang pembantu sebanyak 48 kantor, dan juga kantor kas sebanyak 106 kantor. Bank Sumsel Babel memiliki 53 titik pembayaran (*payment point*) dan memiliki 300 ATM/CRM/CDM.

Visi dan Misi

Visi

Menjadi Bank Terkemuka dan Terpercaya dengan Kinerja Unggul.

Misi

1. Membantu mengembangkan potensi daerah dan meningkatkan pertumbuhan perekonomian daerah.
2. Menumbuhkembangkan Retail Banking, Corporate Banking, dan International Banking.
3. Mengembangkan Human Capital yang profesional dan tata kelola perusahaan yang baik.

## 1.2 Latar Belakang

Kemajuan informasi dan teknologi Indonesia modern berkembang sangat pesat. Cakupan gabungan antara perangkat lunak dan perangkat keras pada teknologi informasi digunakan untuk melakukan tugas penting seseorang yang digunakan sehari-hari. Di zaman seperti sekarang kemungkinan mayoritas penduduk dunia termasuk Indonesia telah merasakan perkembangan dibidang teknologi. Teknologi tentunya tidak dapat dipisahkan dengan produk teknologi seperti gadget dan internet. (Syarifuddin, 2022). (hendayani, R. & Fernando, Y. 2022) dalam penelitiannya mengatakan kemampuan perusahaan untuk memanfaatkan kemajuan teknologi berdampak pada kinerja bisnis dan daya saing. Den Hond dan Moser (2022) berpendapat bahwa daya saing suatu perusahaan bergantung pada kemampuan untuk mengeksplorasi peluang teknis baru. Seleksi tingkat lanjut Penggunaan teknologi bisa menjadi bumerang jika tidak digunakan secara bijak. Hal ini dapat menghambat perusahaan kinerja karena melibatkan biaya dan strategi jangka panjang (Fernando dkk., 2022).

Teknologi berperan penuh terhadap perkembangan kehidupan manusia saat ini. Perkembangan teknologi yang semakin pesat pastinya akan dirasakan semua orang atau lembaga, terutama pada kegiatan usaha dan bisnisnya dalam memudahkan pelayanan bagi penggunanya. Hal tersebut dilihat dari banyaknya perusahaan yang mengandalkan teknologi, termasuk perusahaan keuangan yaitu perbankan yang memanfaatkan teknologi untuk mengoptimalkan pelayanannya (Jakvisual, 2021).

Era Revolusi 5.0, perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan sudah diterima sebagai hal biasa oleh masyarakat Indonesia. Perkembangan teknologi dan informasi mengarah terbentuknya era digital di semua aspek yang ada di Indonesia. Dikutip dari (Jakvisual, 2021) revolusi digital sendiri sudah dimulai sejak tahun 1980an ditandai dengan ditemukannya personal computer. Era digital saat ini menyebabkan peningkatan teknologi dan informasi yang berdampak pada semua aspek ekonomi, salah satu contohnya adalah di sektor perbankan, berdasarkan peraturan yang dikeluarkan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 12/POJK.03/2018, Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital oleh Bank Umum (Paralegal.id,

2018). E-Banking pertama kali di Indonesia mulai dikenalkan oleh Bank Internasional Indonesia (BII) pada September 1998. Langkah ini kemudian diikuti oleh bank-bank lain seperti Bank Niaga, Bukopin, Mandiri, BCA, dan lain-lain (idtesis.com, 2019).

Perkembangan teknologi dan informasi membuat perbankan menawarkan berbagai produk dan layanan termasuk e-banking (electronic banking). E-Banking (Electronic Banking) istilah dari internet banking yang merupakan layanan perbankan yang dapat diakses menggunakan teknologi saat ini yaitu internet dan gadget. E-Banking merupakan fitur dalam bertransaksi perbankan melalui internet (Shinhan Bank, 2022).



**Gambar 1. 2 Grafik pengguna rekening digital di Indonesia**

(Sumber: Katadata.co.id 2021)

Finder.com memperkirakan adanya peningkatan kepemilikan rekening bank digital oleh penduduk berusia dewasa di Indonesia. Pada tahun 2021 sebanyak 25% penduduk dewasa di Indonesia mempunyai rekening bank digital. Persentase ini sama dengan 47.722.913 orang pada tahun 2021. Pada tahun 2022, persentase ini diprediksikan akan terus mengalami peningkatan menjadi 31% atau 59.969.877 orang. Kenaikan pengguna bank digital diperkirakan akan terus meningkat menjadi 39% atau 74.785.062 orang pada tahun 2026.

E-Banking menyediakan fasilitas bertujuan dalam keefisienan nasabah dan pihak bank dalam bertransaksi perbankan. Keuntungan utama yaitu transaksi tidak dilakukan di bank (Harris Darmawan, 2019). Semua nasabah bank yang memiliki e-banking berhak untuk memakai layanan yang tersedia. Layanan E-banking terdiri dari layanan ATM (*Automated Teller Machine*), SMS Banking, Mobile Banking,

Phone Banking, Internet Banking, Mobile Banking, Mesin EDC (*Electronic Data Capture*), dan *Video Banking* (Adella Eka Ridwanti, 2023).

Fasilitas yang disediakan pada e-banking membuat nasabah merasa nyaman ketika melakukan transaksi tanpa harus datang ke kantor. Demi mengoptimalkan kinerja dari perusahaan dan kenyamanan layanan bagi nasabah, proses transaksi perbankan harus mengikuti kemajuan dari teknologi digital (Sylke Febrina Laucereno, 2022). Kenyaman nasabah bagian dari suatu rasa puas yang dialaminya. Menurut Djaslim Saladin (2003), kepuasan nasabah didefinisikan sebagai rasa bahagia maupun kecewa dari dibandingkannya kesan terhadap kinerja dari hasil suatu produk beserta harapan dari hal tersebut.


Kenyamanan merupakan kondisi ketika kebutuhan basic manusia yang individual dan holistic sudah tercapai atau terpenuhi. Banyak elemen di sektor perbankan mempengaruhi pandangan nasabah terhadap penggunaan layanan E-banking. Kemudahan dan kecepatan penyelesaian kegiatan perbankan untuk mendapatkan layanan berada di garis depan dari faktor-faktor ini (Boshkoska & Sotiroski, 2018). Kenyamanan didefinisikan sebagai kemampuan untuk menggunakan dan mendapatkan akses ke layanan E-banking kapan pun pengguna memilikinya, dalam jangka waktu 24 jam dan sepanjang minggu penuh (Khrais, 2017). Sudah diketahui bahwa layanan perbankan elektronik atau digital telah melakukan upaya tanpa henti untuk merampingkan pelaksanaan transaksi keuangan dengan menggunakan teknik kecerdasan buatan (hamakhan, 2020), tetapi menciptakan pengalaman yang lebih baik atau sama sekali baru melampaui gagasan untuk tidak menggunakan kertas saja, dan mencakup respons yang cepat dan efektif terhadap kebutuhan nasabah dan perubahan perilakunya (Chovanova, 2006). Lakshmi, 2020 Dalam penelitian (Mosa, 2022) bank harus selalu bekerja untuk mengembangkan kemampuan yang diperlukan untuk menawarkan layanan cepat kepada konsumen dan proses yang efisien ketika mereka membuka rekening, memindahkan uang, dan melakukan pembayaran melalui berbagai saluran (Team, 2015; Anouze & Alamro, 2020). Oleh karena itu menurut Feyen et al., (2021) dalam penelitian (Mosa, 2022) pengalaman nasabah dengan layanan perbankan yang nyaman dalam menghilangkan prosedur rumit untuk menerima layanan dan

menurunkan upaya dan waktu akan memperkuat gagasan nilai dan tidak dapat dihindari akan menghasilkan preferensi yang kuat terhadap bank yang bersangkutan


E-CRM adalah teknologi yang dapat digunakan di internet untuk mencapai tujuan CRM (*Customer Relationship Management*) suatu perusahaan. Pemanfaatannya dimungkinkan melalui berbagai perangkat seperti komputer, laptop, dan telepon. Metode yang paling umum digunakan oleh banyak bisnis besar untuk memahami dan meningkatkan kepuasan nasabah adalah penggunaan E-CRM. Beberapa implementasi E-CRM terdiri dari browser web dan perangkat lunak email. Manfaat dari E-CRM sama dengan CRM biasanya yaitu mempererat hubungan dengan nasabah, kerja lebih efisien, memunculkan *brand loyalty* pada nasabah, dan meningkatkan keuangan. Manfaat E-CRM dan CRM berbeda ketika dilakukan melalui teknologi (populix.co, n.d.).

Manajemen hubungan pelanggan elektronik (E-CRM) adalah penerapan teknologi berbasis web seperti email, situs web, ruang obrolan, gathering, dan saluran lainnya untuk mencapai tujuan CRM. Ini adalah proses CRM yang terstruktur dan terkoordinasi dengan cara yang memprioritaskan proses terkait untuk penggajian dan tenaga kerja. E-CRM yang bekerja dengan baik meningkatkan efisiensi, memfasilitasi interaksi dengan nasabah, dan menyediakan alat untuk menyediakan produk dan layanan yang memenuhi kebutuhan nasabah individu (techopedia.com, 2016)

Namun pada kenyataannya, berdasarkan ulasan yang ditemukan yang berkaitan langsung dengan E-banking Bank Sumsel Babel. Masih banyaknya nasabah yang kecewa terhadap salah satu aplikasi dari produk E-banking Sumsel Babel dan termasuk CRM itu sendiri dapat dilihat dari keluhan komentar nasabah Bank Sumsel Babel pada gambar 1.2 berikut:

←  Bank SumselBabel Mobile 3,9 ★  
Rating dan ulasan


---

 KobamBooster ⋮

★★★★★ 24/11/22

Harus lapor ke cabang kalau habis instal ulang aplikasi ,sungguh MEREPOTKAN ,bank lain berlomba lomba memudahkan, ini malah merepotkan, ANEH


Apakah ulasan ini membantu?

 RABU GUYON ⋮

★☆☆☆☆ 27/11/22

Sangat sangat mengecewakan, eror nya gak abis abis

Apakah ulasan ini membantu?

 Sonny Maizar ⋮

★★★★☆ 04/02/22

1. Agak ribet pengoperasian nya, mohon dikaji dan disederhanakan lagi, karna konsumen ingin lebih mudah dan tidak banyak sampai mau masukkan otp segala. 2. Sering errornya 3. Mungkin bisa mengadopsi cara kerjanya Livin nya man\*\*ri mudah dan efisien. 4. Saya yakin tim IT Sumsel Babel bisa

Apakah ulasan ini membantu?

←  Bank SumselBabel Mobile 3,9 ★  
Rating dan ulasan

---

 Imam Majid ⋮

★☆☆☆☆ 01/11/22

Parah banget saya udah dia kali transaksi gagal tapi saldo kepotong, kemarin saya dm coba di telpon, habis di telpon saya coba wa, habis wa malah coba email, gimana ini saldo saya dua kali transaksi gagal tapi saldo terpotong terus ga ada kejelasannya hadehhhh

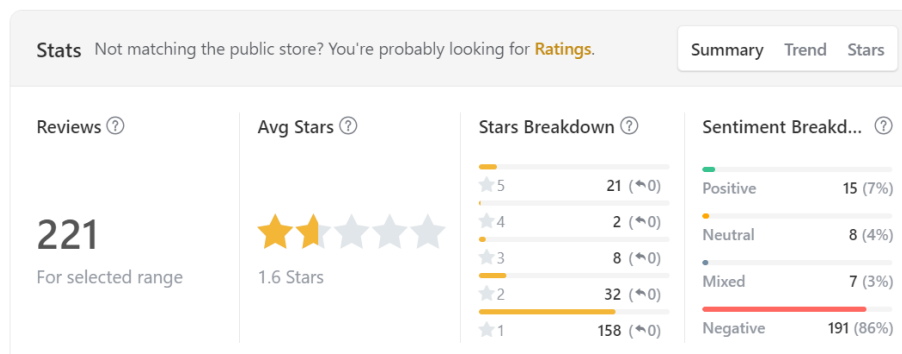
Apakah ulasan ini membantu?

 Marwan Channel ⋮

★☆☆☆☆ 01/10/22

Aplikasi kebanyakan error, cacatt, setiap mau login disuruh aktivasi ulang, kadang jg ada bacaan sim card tidak terdeteksi padahal kartu terpampanv jelas aktif. Riwayat transaksi jg kadang ilang. Aplikasi cacattt

Apakah ulasan ini membantu?



Gambar 1. 3 Komentar Pelanggan Bank Sumsel Babel

Sumber: Data Olahan Penulis, diakses pada November 2022 via Play Store dan Appbot.com

Komentar diatas merupakan keluhan yang diberikan oleh nasabah terhadap aplikasi *Mobile Banking* (Mbanking) yang merupakan produk dari E-banking Sumsel Babel. Banyak komentar negatif yaitu sebanyak 86% (191 ulasan) dari 221 ulasan atas layanan E-CRM Bank sumsel Babel dan juga platform transaksi yang sering mengalami gangguan saat melakukan transaksi. dengan komentar tersebut dikhawatirkan jika nanti nasabah tidak merasa puas pada saat bertransaksi, dan



layanan E-banking Sumsel Babel. sehingga dapat memungkinkan nasabah akan berpindah menggunakan layanan E-banking Bank lainnya.

Pengalaman konsumen merupakan suatu kejadian yang pernah dialami konsumen terhadap hal yang dilakukan di masa lampau. Menurut Gartner, pengalaman pelanggan merupakan pandangan dari pelanggan dan emosi yang terkait karena adanya efek kumulatif dan hubungan dengan karyawan, saluran, sistem, atau produk pemasok (Zoho.com, 2022). Pengalaman nasabah merupakan pandangan nasabah dari masa ke masa terhadap suatu merek tertentu. Pengalaman nasabah ini adalah hasil dari hubungan pelanggan yang berinteraksi dengan bisnis melalui beragam grup dan titik kontak. Memberikan pengalaman pelanggan terpadu di seluruh interaksi merek adalah cara terbaik untuk mendorong pengalaman pelanggan, membedakan bisnis dari para pesaing, dan menaikkan pembelian yang berulang.

Menurut (Lukic, 2015; Wimala, 2016) dalam penelitian (Mosa, 2022b) Dengan skenario layanan perbankan saat ini, nasabah dapat melakukan transaksi keuangan dengan mudah dan cepat dengan satu klik tombol melalui aplikasi dan program yang disediakan oleh Internet, bagaimanapun, industri perbankan masih mengalami masalah keamanan dan privasi. Menurut Oecd, (2020) dalam jurnal (Mosa, 2022) Keamanan dalam melakukan transaksi keuangan melalui internet menjadi perhatian yang menyibukkan pikiran banyak nasabah bahkan dengan adanya keamanan yang tinggi tindakan yang diambil oleh industri perbankan. Keamanan data nasabah adalah hal penting dari pelaksanaan bisnis di masa digital seperti sekarang ini (Nidia Zuraya, 2020). Keamanan bagi keseluruhan data nasabah diutamakan karena merupakan aset berharga di masa sekarang (Rafki Fachrizal, 2021). Penulis menyimpulkan bahwa keamanan data nasabah pada E-banking merupakan bagian tanggung jawab pihak Bank untuk meyakinkan nasabah sehingga nasabah merasa nyaman dan tenang ketika data mereka telah terjaga, dikarenakan data itu merupakan bagian penting dan berharga bagi nasabahnya.

Nasabah Bank yang dihadapi dengan masalah pada E-banking menimbulkan ketidaknyamanan atas pelayanan yang dirasakan, sehingga nasabah merasa bahwa E-CRM nya belum maksimal. Pihak bank akan selalu meyakinkan

nasabahnya dengan memulihkan layanan elektronik (*E-services*) atas ketidaknyamanan yang dialami oleh nasabah. Marimon et al., (2012) dalam penelitian (Mosa, 2022b) Pemulihan layanan dianggap sebagai dimensi dasar dalam proses membangun nasabah yang baik pengalaman di bidang *E-services*. Terutama, setelah banyak bank menyadari bahwa *E-services* bukan lagi keunggulan kompetitif, melainkan yang mereka miliki menjadi prasyarat yang tidak bisa dihindarkan untuk bertahan di era digital. Di sisi lain Di sisi lain, upaya bank untuk menggunakan teknologi dalam memberikan layanan dan memberikan kontribusi terhadap munculnya banyak kasus kegagalan sistem elektronik yang diadopsi (Mathew et al., 2020). Padahal komunitas elektronik dan digital memiliki tingkat efisiensi dan ketepatan dalam menyelesaikan transaksi keuangan, kemungkinan terjadinya kesalahan yang bisa menyebabkan kegagalan layanan tidak dikecualikan, kesalahan ini dapat terjadi sebagai akibat dari keterbatasan nasabah pengetahuan dalam memasukkan informasi untuk bentuk aplikasi *E-service* dan software pada miliknya telepon atau komputer pribadi, dan dalam beberapa kasus, kesalahan terkait dengan sistem elektronik disetujui oleh bank (Mosa, 2022). Menurut Keramati et al., (2018) dalam penelitian (Mosa, 2022) mengatakan bahwa Tidak peduli apa alasan di baliknya kesalahan, kegagalan layanan memiliki konsekuensi negatif pada sikap dan kepuasan nasabah, dan *E-word of the mouth (E-WOM)* terhadap bank, hal ini memerlukan adopsi mekanisme yang efektif untuk pemulihan kegagalan layanan yang berfokus pada penanganan Kemungkinan kesalahan melalui prosedur yang jauh dari rumit dan tidak menguras waktu nasabah (Mansori et al., 2014) dalam penelitian (Mosa, 2022).

Hasil wawancara terhadap nasabah Bank Sumsel Babel bahwa pelayanan secara daring pada E-Banking Bank Sumsel Babel masih kurang. Ketika menggunakan salah satu hasil keluaran E-Banking yaitu *mobile banking (M-banking)* ada masalah pada bagian pelayanan ketika melakukan transaksi terjadi kesalahan pada aplikasinya seperti melakukan transaksi yang gagal tetapi saldo di rekening aplikasi E-Banking berkurang sedangkan di rekening tujuan belum ada pemberitahuan uang masuk. Setelah itu nasabah melakukan komplain secara daring, tetapi nasabah merasakan kurang adanya kejelasan ketika menghubungi

bagian pelayanan Bank secara daring. ketika masalah nasabah belum bisa diselesaikan secara daring atas kesalahan pada aplikasi E-Banking nasabah langsung melakukan komplain dan mendapat pesan dari pihak Bank untuk menemui bagian pelayanan Bank terdekat.

Dari uraian masalah pengalaman nasabah diatas, pada tingkat pelayanan untuk menyelesaikan masalah pada E-Banking belum bisa dikatakan dapat memuaskan keinginan nasabah. ketika ada masalah pada transaksi secara online tidak dapat memudahkan nasabah untuk menyelesaikan masalah secara daring, seharusnya masalah tersebut harus memudahkan nasabah dalam menyelesaikannya dengan mudah. Maka dari itu, penulis tertarik atas kasus tersebut untuk dijadikan sebagai penelitian.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Menurut Sugiyono (2019: 63) mendefinisikan pernyataan masalah sebagai pertanyaan yang proses pengumpulan datanya mencari jawaban tetapi ada hubungan yang kuat antara masalah dan pernyataan masalah, karena setiap cara membentuk masalah Penelitian didasarkan pada suatu masalah. Demi pertumbuhan perusahaan, Bank Sumsel Babel menyediakan layanan berbasis digital yang merupakan E-Banking. Adanya e-banking membuat Bank Sumsel Babel semakin berkembang dalam memanfaatkan perkembangan zaman saat ini yang serba teknologi. Banyak layanan yang tersedia pada e-banking tersebut sehingga memicu sebuah permasalahan yang harus diketahui, terutama pada hubungan dengan nasabah (nasabah).

Membahas CRM dan E-CRM yang dijelaskan sebelumnya, banyak manfaat yang didapatkan ketika perusahaan Bank Sumsel Babel menerapkan layanan tersebut. tingkat pelayanan untuk menyelesaikan masalah pada E-Banking Sumsel Babel belum bisa dikatakan dapat memuaskan keinginan nasabah. ketika ada masalah pada transaksi secara online tidak dapat memudahkan nasabah untuk menyelesaikan masalah secara daring, seharusnya masalah tersebut harus bisa memudahkan nasabah dalam menyelesaikannya dengan mudah. nasabahBank yang dihadapi dengan masalah pada E-banking menimbulkan ketidaknyamanan atas

pelayanan yang dirasakan, sehingga nasabah merasa bahwa E-CRM nya belum maksimal.

Berdasarkan permasalahan yang ada di atas, Penelitian ini bertujuan untuk mengukur tingkat pengaruhnya e-Banking terhadap nasabahnya dalam menjalankan proses e-CRM perusahaan Bank Sumsel Babel.

Berdasarkan latar belakang penelitian masalah maka menimbulkan pertanyaan pada penelitian ini yaitu :

1. Apakah memiliki pengaruh positif dan signifikan antara *communication* terhadap *convenience* e-Banking untuk nasabah Bank Sumsel Babel?
2. Apakah memiliki pengaruh positif dan signifikan antara *communication* terhadap *security* e-Banking untuk nasabah Bank Sumsel Babel?
3. Apakah memiliki pengaruh positif dan signifikan antara *communication* terhadap *service recovery* e-Banking untuk nasabah Bank Sumsel Babel?
4. Apakah memiliki pengaruh positif dan signifikan antara *complaint handling* terhadap *convenience* e-Banking Bank Sumsel Babel?
5. Apakah memiliki pengaruh positif dan signifikan antara *complaint handling* terhadap *security* e-Banking Bank Sumsel Babel?
6. Apakah memiliki pengaruh positif dan signifikan antara *complaint handling* terhadap *service recovery* e-Banking Bank Sumsel Babel?
7. Apakah memiliki pengaruh positif dan signifikan antara *technology adoption* terhadap *convenience* e-Banking Bank Sumsel Babel?
8. Apakah memiliki pengaruh positif dan signifikan antara *technology adoption* terhadap *security* e-Banking Bank Sumsel Babel?
9. Apakah memiliki pengaruh positif dan signifikan antara *technology adoption* terhadap *service recovery* e-Banking Bank Sumsel Babel?

#### **1.4 Tujuan**

Adapun tujuan yang ingin dicapai oleh penulis dalam penelitian ini, yaitu :

1. Untuk mengetahui apakah memiliki pengaruh positif dan signifikan antara *communication* terhadap *convenience* e-Banking untuk nasabah Bank Sumsel Babel
2. Untuk mengetahui apakah memiliki pengaruh positif dan signifikan antara *communication* terhadap *security* e-Banking untuk nasabah Bank Sumsel Babel
3. Untuk mengetahui apakah memiliki pengaruh positif dan signifikan antara *communication* terhadap *service recovery* e-Banking untuk nasabah Bank Sumsel Babel
4. Untuk mengetahui apakah memiliki pengaruh positif dan signifikan antara *complaint handling* terhadap *convenience* e-Banking Bank Sumsel Babel
5. Untuk mengetahui apakah memiliki pengaruh positif dan signifikan antara *complaint handling* terhadap *security* e-Banking Bank Sumsel Babel
6. Untuk mengetahui apakah memiliki pengaruh positif dan signifikan antara *complaint handling* terhadap *service recovery* e-Banking Bank Sumsel Babel
7. Untuk mengetahui apakah memiliki pengaruh positif dan signifikan antara *technology adoption* terhadap *convenience* e-Banking Bank Sumsel Babel
8. Untuk mengetahui apakah memiliki pengaruh positif dan signifikan antara *technology adoption* terhadap *security* e-Banking Bank Sumsel Babel
9. Untuk mengetahui apakah memiliki pengaruh positif dan signifikan antara *technology adoption* terhadap *service recovery* e-Banking Bank Sumsel Babel

### **1.5 Manfaat Penelitian**

a. Aspek teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, pengetahuan serta dapat dijadikan acuan bagi penelitian lain dengan topik *Electronic Customer Relationship Management (E-CRM)*, dan *Customer Experience*.

b. Aspek praktis

Hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi perusahaan untuk mengetahui bagaimana mendapatkan kepuasan pelanggan dalam pelayanan digital melalui *Electronic Customer Relationship Management* (E-CRM) sehingga perusahaan dapat meningkatkan manajemen hubungan pelanggannya.

## **1.6 Ruang Lingkup**

Dalam penelitian ini, penulis fokus pada Dinas Bank Sumsel Babel, Aplikasi E-Banking. Ruang lingkup penelitian ini hanya pada variabel-variabel yang berhubungan dengan nasabah Bank Sumsel Babel Cabang Muntok Bangka Barat.

## **1.7 Sistematika Penelitian**

Untuk memudahkan pemaparan dan orientasi materi dalam proses penulisan skripsi ini, maka kelompok penulis disusun secara sistematis sebagai berikut:

### **BAB I. PENDAHULUAN**

Bagian ini memberikan gambaran mengenai objek penelitian, konteks masalah, cara penulisan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, ruang lingkup penelitian dan sistematika penulisan.

### **BAB II. TINJAUAN PUSTAKA**

Bagian ini menjelaskan mengenai latar belakang teori yang dijadikan landasan analisis penelitian, penelitian-penelitian terdahulu yang dijadikan pedoman bagi peneliti, dan kerangka teori dalam penelitian.

### **BAB III. METODE PENELITIAN**

Bagian ini menjelaskan jenis penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, serta metode analisis yang digunakan.

### **BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bagian ini menjelaskan hasil dari penelitian serta pembahasannya terkait topik penelitian yang diangkat oleh peneliti.

### **BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN**

Bagian ini menguraikan kesimpulan hasil penelitian dan merekomendasikan saran kepada perusahaan.