Universitas Indonesia Library >> UI - Tesis Membership

Pengaruh Customer Experience terhadap Sikap, Kepuasan dan Loyalitas pada Digital Branch Bank Syariah = The Effect of Customer Experience Towards Attitude Satisfaction and Loyalty on Islamic Banking Digital Branch

Dwi Januar Luqmansyah, author

Deskripsi Lengkap: https://lib.ui.ac.id/detail?id=20513049&lokasi=lokal

---

Abstrak

Sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia, perbankan syariah di Indonesia juga memberikan kontribusi dalam industri perbankan secara umum, walaupun dalam market share yang masih terbatas. Hal ini mengharuskan perbankan syariah untuk lebih dalam memahami kebutuhan nasabahnya. Salah satu transformasi proses bisnis yang harus dilakukan perbankan saat ini adalah mengubah layanan operasional secara tradisional menjadi layanan operasional berbasis digital. Mandiri Syariah hadir sebagai bank syariah yang pertama yang mengusung konsep Digital Branch. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh customer experience dengan sikap terhadap perbankan syariah dan konsep pemasaran kontemporer seperti kepuasan pelanggan dan loyalitas. Penelitian ini menggunakan metode mall intercept pada nasabah yang melakukan bertransaksi pada Digital Branch. Dengan 25 itempertanyaan penelitian ini berhasil mengumpulkan 252 responden pengguna layanan pada 3 outlet Digital Branch. Data dianalisis menggunakan metode PLS-SEM, hasilnya adalah customer experience berpengaruh positif dan signifikan pada sikap terhadap perbankan syariah dan kepuasan serta loyalitas pelanggan. Penelitian ini mengimplikasikan bagaimana faktor frontline personel paling mempengaruhi customer experience dan customer experience memiliki pengaruh dominan terhadap sikap terhadap perbankan syariah dibandingkan dengan kepuasan dan loyalitas kepada Digital Branch Bank Syariah di Indonesia. Sebagian besar dari mereka memiliki harapan memiliki customer experience yang sesuai dengan nilai syariah yang diharapkan lebih baik dari perbankan konvensional.
<hr>As a country with the largest Muslim population in the world, Islamic banking in Indonesia also contributes to the national banking industry, although its market share is still limited. This requires Islamic banking to better understand the needs of its customers. One of the business process transformations carried out by banking today is changing traditional operational services to digital-based operational services. The first Islamic bank that carries the concept of Digital Branch is Mandiri Syariah. The purpose of this study was to determine the effect of customer experience on attitudes towards Islamic banking and contemporary marketing concepts such as customer satisfaction and loyalty. This study uses the online questionnaire for customers who make transactions at the Digital Branch. With 25 research question items, this study managed to collect 252 service user respondents at three Digital Branch outlets. Data analysis using the PLS-SEM method, and the result is customer experience has a positive and significant effect on attitudes towards Islamic banking as well as customer satisfaction and loyalty. The study implies how frontline personnel factors most influence customer experience and customer experience has the greatest influence on attitude toward Islamic banking compared to satisfaction and loyalty to Islamic Bank Digital Branch in Indonesia. Most of them have the expectation of having a customer experience in accordance with sharia values which is expected to be better than conventional banking