

BAB I

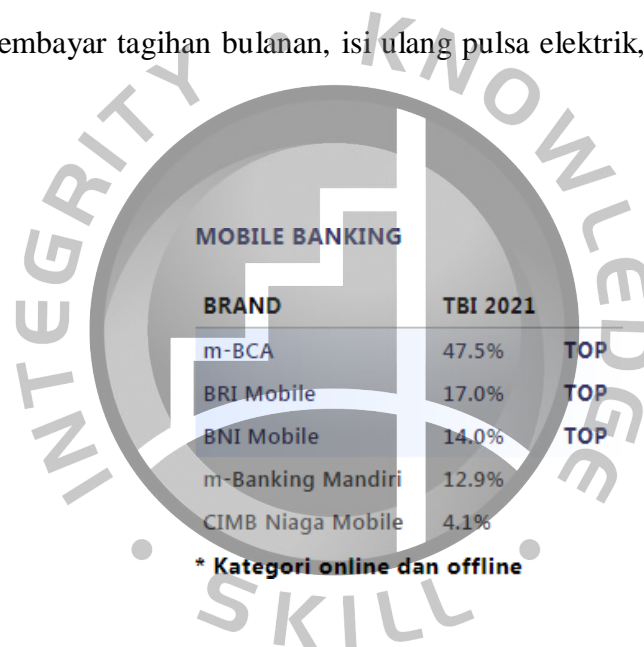
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada masa kini yaitu masa dimana teknologi menjadi hal yang berdampak. Teknologi yang semakin canggih mendorong perkembangan strategi bisnis terutama peran lembaga keuangan dalam perekonomian yang menjadi sangat penting untuk mendukung kegiatan bisnis. Bank merupakan lembaga intermediasi keuangan yang bertugas menghimpun dan menyalurkan dana di masyarakat untuk meningkatkan taraf hidup rakyat. Bank mengembangkan layanan-layanan yang tidak lagi hanya memberikan layanan yang aman dan terpercaya, namun juga memberikan layanan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah yang telah berkembang searah dengan teknologi dan gaya hidup.

Elektronik banking menjadi kebutuhan bagi nasabah saat ini, untuk melakukan transaksi perbankan dimanapun dan kapanpun. Dan memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, dan berkomunikasi. Penyelenggaraan Elektronik untuk membantu nasabah lebih cepat, aman, nyaman dan murah sedia setiap saat (24 jam/hari) dan dapat diakses melalui *gadget* atau HP, Komputer, dan mesin ATM. Namun untuk menimbulkan kepercayaan, harus menunjukkan kualitas yang dapat dirasakan oleh nasabah. Selain itu, Dunia Perbankan saat ini juga bersaing

dalam teknologi terutama *mobile banking* yang diciptakan oleh masing-masing Bank baik BUMN, BUMD maupun Swasta. Dengan menggunakan jaringan internet, nasabah dapat melakukan berbagai transaksinya tanpa harus pergi keluar rumah untuk ke bank atau ATM kecuali transaksi tarik tunai. Dengan adanya fasilitas *mobile banking* menggiring nasabah-nasabah baru yang memang membutuhkan. Karena dengan *mobile banking* nasabah dapat melakukan transfer uang non tunai ke sesama bank atau ke Bank Lain, mengecek saldo dan mutasi rekening, membayar tagihan bulanan, isi ulang pulsa elektrik, dan pembayaran *e-commerce*.



Gambar 1.1

Top Brand Index E- Channel Mobile Banking Fase I 2021

Sumber: <https://www.topbrand-award.com/en/top-brand-index-int/>

Berdasarkan data yang diperoleh pada situs [topbrand-award.com](https://www.topbrand-award.com) *mobile banking* Bank Central Asia (BCA) menduduki tingkat teratas top brand *mobile banking* pada fase I 2021 dengan nilai 47,5%. Dan pada tingkat kedua diduduki pada Bank Rakyat Indonesia (BRI) dengan nilai 17,0% kemudian pada tingkat

tiga yaitu *mobile banking* milik Bank Negara Indonesia (BNI) dengan nilai 14,0%. Dan *mobile banking* milik Bank Mandiri menduduki tingkat ke empat dengan nilai 12,9%. Posisi terakhir diduduki oleh *mobile banking* milik CIMB Niaga dengan nilai 4,1%.

Pada aplikasi Livin by Mandiri menjadi salah satu layanan digital unggulan bagi Bank Mandiri. Dikutip <https://finansial.bisnis.com/read/20200621/90/1255614/pengguna-aktif-mobile-banking-bank-mandiri-tembus-5-juta> hingga Mei 2020 pengguna aktifnya telah mencapai 5 juta pengguna dengan nilai transaksi senilai Rp 230 triliun.

Bisnis selalu berusaha untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan yang lebih tinggi dan menjadi suatu inti elemen dari bisnis. Dan loyalitas pelanggan dapat dicapai dengan penyediaan layanan yang lebih tinggi dari tingkat kepuasan mereka. Kepercayaan dan kepuasan dalam elektronik perbankan memediasi hubungan antara kualitas pelayanan jasa (Ul Haq & Awan, 2020). Untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah dalam menggunakan *mobile banking*, Bank Mandiri memfokuskan dan memperkuat ke arah digital banking seiring dengan perilaku konsumen yang beralih ke transaksi digital.

Dimensi kualitas layanan (perilaku karyawan dan teknologi informasi) memiliki dampak positif pada kepuasan pelanggan. Meningkatkan kualitas layanan *e-banking* menjadi alat strategis untuk membuat pelanggan setia pada sistem *e-banking* dan dapat dirasakan konsumen (Shankar & Jebarajakirthy, 2019).

Namun masih adanya hal yang perlu diteliti lebih lanjut dengan mencakup sampel responden yang lebih representatif, sampel mencakup lebih banyak responden yang beragam seperti dari gaya hidup dan dari distribusi usia populasi umum.

Dan penelitian tersebut dilakukan di negara Pakistan dengan meliputi variabel *reliability, privacy & security, website design* dan *customer care*. Meskipun sudah mengumpulkan data dari negara Pakistan, sesuai dengan saran penelitian lanjut untuk mempertimbangkan data dari negara lain. Oleh sebab itu penulis tertarik untuk mengkaji lebih lanjut dengan membuat akan penelitian yang bersifat replikasi dan ekspansi variabel sesuai dengan saran penelitian lebih lanjut dengan judul “ **Analisis Pengaruh Kualitas Dan Kepuasan Layanan *Mobile Banking* “*Livein by Mandiri*” Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Mandiri Jakarta** ”.

1.2 Ruang Lingkup Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah, penulis memberikan batasan ruang lingkup dari penelitian yang akan dilakukan yaitu mengenai pengaruh kualitas dan kepuasan layanan *mobile banking* terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Mandiri (Persero) Cabang Jakarta Sudirman. Penelitian ini merupakan replikasi dan ekspansi dari penelitian (Ul Haq & Awan, 2020) tentang pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pada masa pandemi. Dalam penelitian tersebut menganalisis tentang kualitas layanan yang terdiri dari *variabel reliability, privacy and security, website design, customer care, convenience dan perceived value* dan pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah yang menciptakan loyalitas

pada nasabah. Dan pada penelitian ini terdapat ekspansi variabel yaitu mengenai *convenience* dan *perceived value* dan saran penelitian di negara yang berbeda. Oleh karena itu dalam penelitian ini penulis membuat ruang lingkup masalah yakni analisis kualitas dan kepuasan layanan *mobile banking* (*reliability, privacy and security, website design, customer care, convenience* dan *perceived value*) dan pengaruhnya terhadap loyalitas nasabah Bank Mandiri (Pesero) Tbk Jakarta.

1.3 Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka yang menjadi pokok masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *reliability* berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction* pada nasabah Bank Mandiri Jakarta ?
2. Apakah *privacy & security* berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction* pada nasabah Bank Mandiri Jakarta ?
3. Apakah *website design* berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction* pada nasabah Bank Mandiri Jakarta ?
4. Apakah *customer care* berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction* pada nasabah Bank Mandiri Jakarta ?
5. Apakah *customer satisfaction* berpengaruh positif terhadap *customer loyalty* pada nasabah Bank Mandiri Jakarta ?
6. Apakah *convenience* berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction* pada nasabah Bank Mandiri Jakarta ?

7. Apakah *perceived value* berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction* pada nasabah Bank Mandiri Jakarta?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan dan pertanyaan penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, penelitian ini memiliki sejumlah tujuan sebagai berikut:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh positif *reliability* terhadap *customer satisfaction* pada nasabah Bank Mandiri Jakarta .
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh positif *privacy & security* terhadap *customer satisfaction* pada nasabah Bank Mandiri Jakarta.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh positif *website design* terhadap *customer satisfaction* pada nasabah Bank Mandiri Jakarta .
4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh positif *customer care* terhadap *customer satisfaction* pada nasabah Bank Mandiri Jakarta.
5. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh positif *customer satisfaction* terhadap *customer loyalty* pada nasabah Bank Mandiri Jakarta.
6. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh positif *convenience* terhadap *customer satisfaction* pada nasabah Bank Mandiri Jakarta.
7. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh positif *perceived value* terhadap *customer satisfaction* pada nasabah Bank Mandiri Jakarta.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Bagi Akademis

Penelitian ini bermanfaat sebagai bahan referensi bagi penelitian selanjutnya atau bagi pihak-pihak yang akan melakukan penelitian tentang kualitas layanan mobile banking serta sebagai literatur untuk menambah ilmu pengetahuan.

2. Bagi Praktis

Penelitian ini bermanfaat sebagai sarana informasi tentang kualitas layanan mobile banking serta dapat membantu perusahaan PT. Bank Mandiri dalam meningkatkan kualitas dan kepuasan layanan mobile banking untuk menciptakan loyalitas pada nasabah.

1.6 Sistematika Penulisan

Bagian ini berisi paparan singkat atau garis besar isi materi yang diuraikan mulai dari BAB I hingga BAB V. Masing-masing uraian garis besar isi bab I hingga BAB V sebisa mungkin mencerminkan kekhasan topik dan konteks penelitian.