

BAB I

PENDAHULUAN

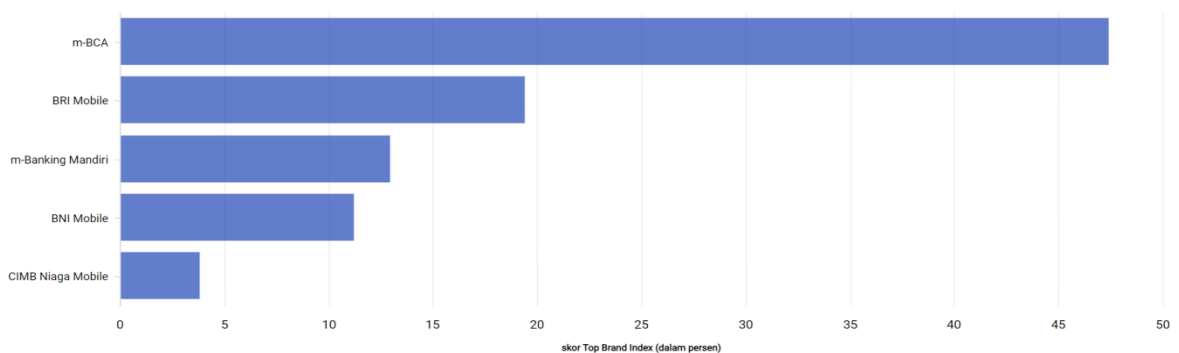
1.1 Latar Belakang

Teknologi adalah keseluruhan sarana untuk menyediakan barang-barang yang diperlukan bagi kelangsungan dan kenyamanan hidup manusia. Penggunaan teknologi oleh manusia dimulai dengan perubahan sumber daya alam menjadi alat-alat sederhana. ([Teknologi - Wikipedia bahasa Indonesia, ensiklopedia bebas](#))

Teknologi semakin berkembang pesat pada zaman *industry revolution 4.0*. Era Pandemi memaksa semua aktifitas bergantung pada teknologi. Hal tersebut mempengaruhi segala aspek kehidupan terutama bidang keuangan. Seluruh dunia saat ini beralih menggunakan teknologi, salah satu negara dengan masyarakat pengguna digital adalah Indonesia. Kebiasaan tersebut membuat bank merevolusi kegiatan operasional mereka pada teknologi.

Di Indonesia Bank Mandiri merupakan salah satu bank yang merevolusi kegiatan operasional mereka. Pada 2 Oktober 2021 Bank Mandiri meresmikan produk inovasi baru berbasis digital yaitu Livin by Mandiri untuk nasabah perorangan. Livin by Mandiri merupakan inovasi dari Mandiri Online sebelumnya, beberapa fitur baru hadir dalam livin by mandiri seperti: intip saldo, tarik tunai tanpa kartu atm, e-money, dan quick pick. Fitur tersebut dapat digunakan nasabah dengan hanya membuka aplikasi tanpa harus login.

Aplikasi Mobile Banking Terpopuler di Indonesia (2022)



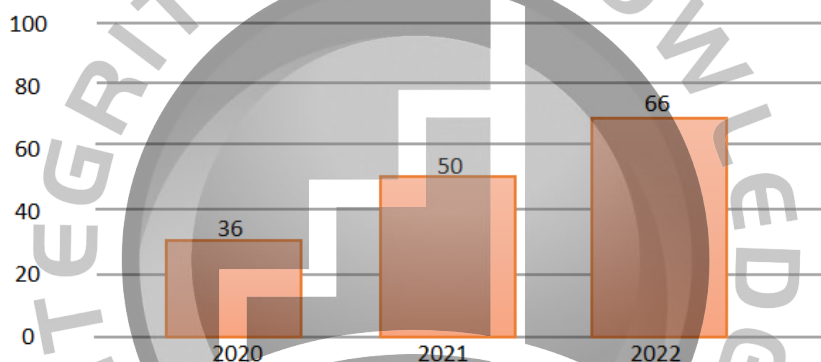
databoks

Gambar 1.1 Aplikasi Mobile Banking Terpopuler di Indonesia tahun 2022

Sumber: [Aplikasi Mobile Banking Terpopuler di Indonesia, Siapa Juaraannya? \(katadata.co.id\)](https://katadata.co.id)

Pada gambar diatas dapat dilihat bahwa presentasi pengguna mobile banking pada urutan pertama diduduki oleh m-BCA, kemudian urutan kedua BRI Mobile , dan ketiga m-Banking Mandiri atau Livin by Mandiri.

Livin by Mandiri hadir untuk membantu nasabah atau calon nasabah dalam pembukaan rekening maupun transaksi keuangan tanpa harus datang ke cabang. Layanan tersebut sangat dibutuhkan dalam *era 4.0* khususnya kondisi *pandemic covid-19* dan nasabah perkantoran di Bank Mandiri KCP Jakarta TCC Batavia.



Gambar 1.2 Pengguna Livin by Mandiri KCP Jakarta TCC Batavia

Sumber: Bank Mandiri KCP Jakarta TCC Batavia

Pada gambar di atas diketahui bahwa pengguna Livin by Mandiri di KCP Jakarta TCC Batavia meningkat dari tahun 2020 hingga 2022. Oleh karena tersebut peneliti ingin menggali cara pandang nasabah terhadap produk inovasi terbaru Bank Mandiri yaitu Livin by Mandiri agar dapat meningkatkan loyalitas nasabah sehingga Livin by Mandiri menjadi aplikasi andalan di masa depan bagi nasabah dalam kegiatan finansial mereka. Dalam pembahasan diatas peneliti ingin berfokus pada penelitian mengenai **“Analisis Persepsi Customer Digital Banking, Customer Experience Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Pada PT Bank Mandiri (Persero) Tbk. (Studi pada Livin by Mandiri Nasabah KCP Jakarta TCC Batavia)”**.

1.2 Ruang Lingkup Masalah

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), modifikasi mengacu pada perubahan perencanaan atau perubahan tertentu pada konsep awal. Dalam hal penelitian ini, teori merupakan landasan yang penting bagi peneliti untuk melakukan sebuah penelitian, dan disinilah teori digunakan untuk acuan serta pertanggung jawaban hasil penelitian. (Noor, 2019)

Batas masalah dalam penelitian ini adalah agar penelitian lebih terencana dan mudah dibahas, sehingga dalam mencapai sebuah tujuan dari penelitian. Pembatasan masalah ini memfokuskan objek apa yang akan diteliti, peneliti hanya membahas perihal persepsi customer digital banking pada customer experience terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah pada salah satu produk Bank Mandiri yaitu Livin by Mandiri. Peneliti akan membahas analisis nasabah pada produk Livin by Mandiri tepatnya di Cabang Jakarta TCC Batavia serta penjelasan mengenai fitur dan benefit yang didapatkan sehingga nasabah loyal terhadap Bank Mandiri

1.3 Identifikasi Masalah

Di masa *pandemic covid-19* saat ini, Bank Mandiri bertujuan untuk membatasi kegiatan sosial guna meningkatkan kualitas terhadap pelayanan. Bank Mandiri membuat perubahan terhadap digital transaksinya dengan meluncurkan produk inovasi yang dinamakan Livin by Mandiri. Cara Bank Mandiri mengupgrade produknya yaitu dengan berbagai tambahan fitur yang sangat bermanfaat. Bank Mandiri memiliki inovasi untuk mempermudah proses pembukaan rekening tabungan, transaksi penarikan tunai tanpa atm, memunculkan fitur terhubung dengan beberapa pembayaran online seperti transfer antar bank, virtual account dan top up emoney, karena produk tersebut sangat baru maka harus ditingkatkan untuk mendapatkan kepercayaan dari nasabah maupun calon nasabah.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah dijelaskan diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini :

1. Apakah *Site Organization* berpengaruh positif terhadap Kepuasan Nasabah pada Livin by Mandiri?
2. Apakah *Site Organization* berpengaruh positif terhadap Loyalitas Nasabah pada Livin by Mandiri?
3. Apakah *Reliability* berpengaruh positif terhadap Kepuasan Nasabah pada Livin by Mandiri?
4. Apakah *Reliability* berpengaruh positif terhadap Loyalitas Nasabah pada Livin by Mandiri?
5. Apakah *Responsiveness* berpengaruh positif terhadap Kepuasan Nasabah pada Livin by Mandiri?
6. Apakah *Responsiveness* berpengaruh positif terhadap Loyalitas Nasabah pada Livin by Mandiri?
7. Apakah *User Friendly* Konsumen berpengaruh positif terhadap Kepuasan Nasabah pada Livin by Mandiri?
8. Apakah *User Friendly* Konsumen berpengaruh positif terhadap Loyalitas Nasabah pada Livin by Mandiri?
9. Apakah *Personal Need* berpengaruh positif terhadap Kepuasan Nasabah pada Livin by Mandiri?
10. Apakah *Personal Need* berpengaruh positif terhadap Loyalitas Nasabah pada Livin by Mandiri?
11. Apakah *Efficiency* berpengaruh positif terhadap Kepuasan Nasabah pada Livin by Mandiri?
12. Apakah *Efficiency* berpengaruh positif terhadap Loyalitas Nasabah pada Livin by Mandiri?
13. Apakah *Security* berpengaruh positif terhadap Kepuasan Nasabah pada Livin by Mandiri?
14. Apakah *Security* berpengaruh positif terhadap Loyalitas Nasabah pada Livin by Mandiri?
15. Apakah Kepuasan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Nasabah pada Livin by Mandiri?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah diatas maka penulis memiliki maksud dan tujuan dari penelitian sebagai berikut:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh positif *Site Organization* terhadap Kepuasan nasabah pada Livin by Mandiri.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh positif *Site Organization* terhadap Loyalitas nasabah pada Livin by Mandiri.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh positif *Reliability* terhadap Kepuasan nasabah pada Livin by Mandiri.
4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh positif *Reliability* terhadap Loyalitas nasabah pada Livin by Mandiri.
5. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh positif *Responsiveness* terhadap Kepuasan nasabah pada Livin by Mandiri.
6. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh positif *Responsiveness* terhadap Loyalitas nasabah pada Livin by Mandiri.
7. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh positif *User Friendly* terhadap Kepuasan nasabah pada Livin by Mandiri.
8. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh positif *User Friendly* terhadap Loyalitas nasabah pada Livin by Mandiri.
9. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh positif *Personal Need* terhadap Kepuasan nasabah pada Livin by Mandiri.
10. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh positif *Personal Need* terhadap Loyalitas nasabah pada Livin by Mandiri.
11. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh positif *Efficiency* terhadap Kepuasan nasabah pada Livin by Mandiri.
12. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh positif *Efficiency* terhadap Loyalitas nasabah pada Livin by Mandiri.
13. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh positif *Security* terhadap Kepuasan nasabah pada Livin by Mandiri.
14. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh positif *Security* terhadap Loyalitas nasabah pada Livin by Mandiri.
15. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh positif Kepuasan terhadap Loyalitas nasabah pada Livin by Mandiri.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini bermanfaat untuk memberikan pemahaman terhadap Persepsi Customer Digital Banking, Customer Experience sehingga nasabah merasa puas dan menjadi loyal kepada Bank Mandiri. Sebagai salah satu syarat kelulusan sebagai sarjana manajemen di STIE Indonesia Banking School.

1.6.2 Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini bermanfaat bagi Bank Mandiri untuk menjadi alat ukur sebagai peningkatan kualitas inovasi produk barunya Livin by Mandiri sehingga produk tersebut dapat terus exist dipasar hingga Internasional.

1.6.3 Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan bisa berkontribusi terhadap ilmu Manajemen Pemasaran khususnya pada pembahasan analisis Persepsi Customer Digital Banking, customer experience terhadap kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah pada PT Bank Mandiri (Persero) Tbk Cabang Jakarta TCC Batavia serta memberikan pengetahuan baru pada penelitian selanjutnya.

1.7 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah penulisan skripsi, telah dibuat sistem penulisan yang sistematis, dan sistem penulisan yang baik. Sistematikanya adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, ruang lingkup masalah, identifikasi masalah, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, manfaar penelitian, sistematika penulisan skripsi.

BAB II LANDASAN TEORI

Berisi tentang teori – teori yang digunakan dalam penelitian, kerangka pemikiran, dan hipotesis.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang objek penelitian, desain penelitian, metode pengambilan sampel, variabel dan operasional variabel, teknik pengolahan dan analisis data, dan teknik pengujian hipotesis.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bagian ini bersisi gambaran umum obyek dari penelitian, analisis dari hasil pengolahan data dan pembahasan serta implikasi manajerial.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bagian ini berisi kesimpulan dari penelitian, keterbatasan pada penelitian, serta saran untuk peneliti selanjutnya.