

# BAB I

## PENDAHULUAN

### I.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dalam era dewasa ini telah memberikan pengaruh yang besar terhadap perubahan dalam kehidupan dan perilaku manusia, khususnya dalam sektor bisnis. Sektor bisnis juga memanfaatkan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, khususnya perkembangan *e-business*, kemajuan teknologi informasi, komunikasi, dan internet (Sudirman & Suasana, 2018). Salah satu sektor bisnis yang memanfaatkan perkembangan teknologi dan informasi sektor bisnis perbankan.

Sektor perbankan telah mengalami persaingan yang sangat ketat yang diwujudkan dalam bentuk kreatifitas dan inovasi bersaing baik yang dilakukan oleh bank pemerintah maupun swasta dalam menarik nasabah, sehingga dengan meningkatnya tingkat persaingan antar bank, bank semakin berlomba - lomba untuk mendapatkan nasabah dengan meningkatkan pelayanan dan kinerja secara optimal (Septiana et al., 2021). Dalam meningkatkan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi perbankan terus melakukan inovasi dengan cara memberikan diferensiasi produk dan kualitas pelayanan yang baik sehingga dapat berkembang searah dengan perkembangan teknologi dan gaya hidup.

Semakin berkembangnya industri perbankan akan berdampak pada meningkatnya persaingan perusahaan sejenis. Untuk itu perusahaan yang bergerak di bidang jasa perbankan harus melakukan perubahan-perubahan strategi, salah satu strategi yang dapat menunjang keberhasilan bisnis perbankan adalah berusaha menawarkan kualitas jasa dengan kualitas pelayanan yang baik (Muslim et al., 2020). Perbankan sebagai sebuah industri, memandang bahwa pemanfaatan teknologi memberikan efektifitas dan efisiensi dari aspek keamanan data, kecepatan pelayanan dan kemampuan bersaing dengan memberikan fitur pelayanan dan teknologi informasi yang unggul (Sudirman & Suasana, 2018).

Fitur pelayanan perbankan yang saat ini terus dikembangkan adalah fitur *mobile banking*. *Mobile banking* merupakan fasilitas transaksi perbankan dengan kemudahan akses maupun kecepatan memperoleh informasi terkini dan transaksi secara *real time*. Pelayanan *mobile banking* adalah salah satu saluran distribusi bank

untuk mengakses rekening yang dimiliki nasabah melalui sarana ponsel atau smartphone yang memberikan manfaat keamanan dan kenyamanan bertransaksi kapan pun dan dimana pun (Akob & Sukarno, 2022).

*Mobile banking* merupakan fasilitas pelayanan dalam memberikan kemudahan akses dan kecepatan dalam memperoleh informasi terkini dan transaksi keuangan yang dapat diakses melalui pelanggan individu melalui ponsel yang memiliki teknologi GPRS. *Mobile banking* sebagai produk pelayanan seluler perbaikan sebagai saluran distribusi bank untuk mengakses rekening yang dimiliki nasabah melalui Teknologi GPRS menggunakan telepon seluler (ponsel) (Hariawan et al., 2021).

Pelayanan *mobile banking* terus dikembangkan oleh setiap perbankan yang terdapat di Indonesia, salah satunya adalah Bank Republik Indonesia. BRI adalah salah satu bank milik pemerintah yang terbesar di Indonesia yang didirikan di Purwokerto, Jawa Tengah dengan nama *De Poerwokertosche Hulp en Spaarbank der Inlandsche Hoofden* atau "Bank Bantuan dan Simpanan Milik Kaum Priyayi Purwokerto", suatu lembaga keuangan yang melayani orang-orang berkebangsaan Indonesia (pribumi).

Dalam memenangkan persaingan BRI harus memiliki keunggulan kompetitif, salah satunya melalui pemberian fitur pelayanan *mobile banking* yang bertujuan untuk memberikan pelayanan prima dalam setiap jasa yang diberikan kepada pelanggan (Septiana et al., 2021). Pelayanan yang prima kepada nasabah merupakan suatu keharusan bila perusahaan perbankan tidak ingin tergeser dari persaingan bisnis. Kini pelayanan nasabah merupakan ujung tombak yang membuat perusahaan perbankan dapat bertahan dalam persaingan yang cukup ketat.

Pelayanan *mobile banking* terus dikembangkan oleh setiap perbankan yang terdapat di Indonesia, salah satunya adalah Bank Republik Indonesia (BRI). BRI adalah salah satu bank milik pemerintah yang terbesar di Indonesia yang didirikan di Purwokerto, Jawa Tengah dengan nama *De Poerwokertosche Hulp en Spaarbank der Inlandsche Hoofden* atau "Bank Bantuan dan Simpanan Milik Kaum Priyayi Purwokerto", suatu lembaga keuangan yang melayani orang-orang berkebangsaan Indonesia (pribumi). Pelayanan *mobile banking* yang dimiliki oleh BRI disebut dengan BRI<sup>mo</sup>.

Berdasarkan data yang diperoleh pada tahun 2022 pada Kuartal I (Wulandhari, 2022), diketahui bahwa jumlah pengguna aplikasi BRImo telah mencapai 18,47 pengguna. Pertumbuhan aplikasi pengguna diproyeksikan tumbuh sebesar 66,3% dan menghasilkan transaksi finansial menghasilkan *sales volume* sebesar Rp 1.075 triliun atau bertumbuh 131 persen yoy. Sementara *fee base income* dari transaksi BRImo sebesar Rp 724,2 miliar. Maka dari itu BRImo sebagai super APPs terus memberikan kemudahan transaksi digital bagi nasabah BRI yang dapat diakses dengan mudah cepat, aman dan handal, hal ini menunjukkan bahwa BRImo menjadi *digital banking* yang semakin diandalkan oleh nasabah, dapat dilihat dari keaktifan transaksinya. Hal ini juga dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

**Tabel 1. Rating dan Jumlah Pengunduh Aplikasi Pelayanan Perbankan Digital**

Aplikasi	Jumlah Pengunduh	Rating	Rating App Store
BRImo	10 juta+	4,7/5	4,7/5
BCA Mobile	10 juta+	4,4/5	3,4/5
BNI Mobile Banking	10 juta+	4,3/5	4,7/5
Neobank by MNC Digital Bank	10 juta+	4,25	3,9/5
Livin by Mandiri	5juta+	3,4/5	3,9/5
Jenius	5juta+	4/5	4,3/5
BTN Mobile	1juta+	3,1/5	4/5
Digibank by DBS Indonesia	1juta+	4,2/5	3,6/5
Jago	1juta+	3,9/5	3,9/5
Allo Bank	100juta+	2,9/5	1,5/5

Sumber: Playstore dan Appstore 2022

Meskipun dalam tabel 1 di atas disampaikan bahwa *mobile banking* BRImo menempati urutan pertama dalam *rating* dan jumlah pengunduh, tidak serta merta *mobile banking* BRImo mendapatkan *review* yang sempurna. Sedangkan memiliki *review* yang sempurna dapat digambarkan bahwa suatu perusahaan telah mencapai kepuasan pelanggan yang tinggi. Kepuasan pelanggan berasal dari pelayanan yang terorganisir. Terciptanya kepuasan pelanggan atau nasabah dapat menjadikan hubungan antar penyedia jasa dan pelanggannya harmonis, yang selanjutnya akan menciptakan loyalitas pelanggan dan akhirnya menguntungkan bagi perusahaan. Dengan sistem dan pelayanan yang berkualitas, maka nasabah akan merasa puas sehingga akan mempertahankan dan meningkatkan loyalitas nasabah terhadap perusahaan (Umah, 2019).

Kepuasan pelanggan dalam hal ini nasabah BRI terhadap pelayanan *mobile banking* BRImo yang dilihat dalam bentuk *rating* dapat diketahui dari data sebagai berikut.



Sumber: data diolah 2023

**Gambar 1. Rating Google Review BRImo**

Berdasarkan gambar 1 di atas menunjukkan bahwa *rating* dari BRImo di *Google Review* masih belum sempurna yang dimana ini diindikasikan adanya salah satu faktor kualitas pelayanan yang belum memenuhi harapan pelanggan. Sejalan dengan bukti *rating mobile banking* BRImo yang berasal dari *playstore* di bawah ini.

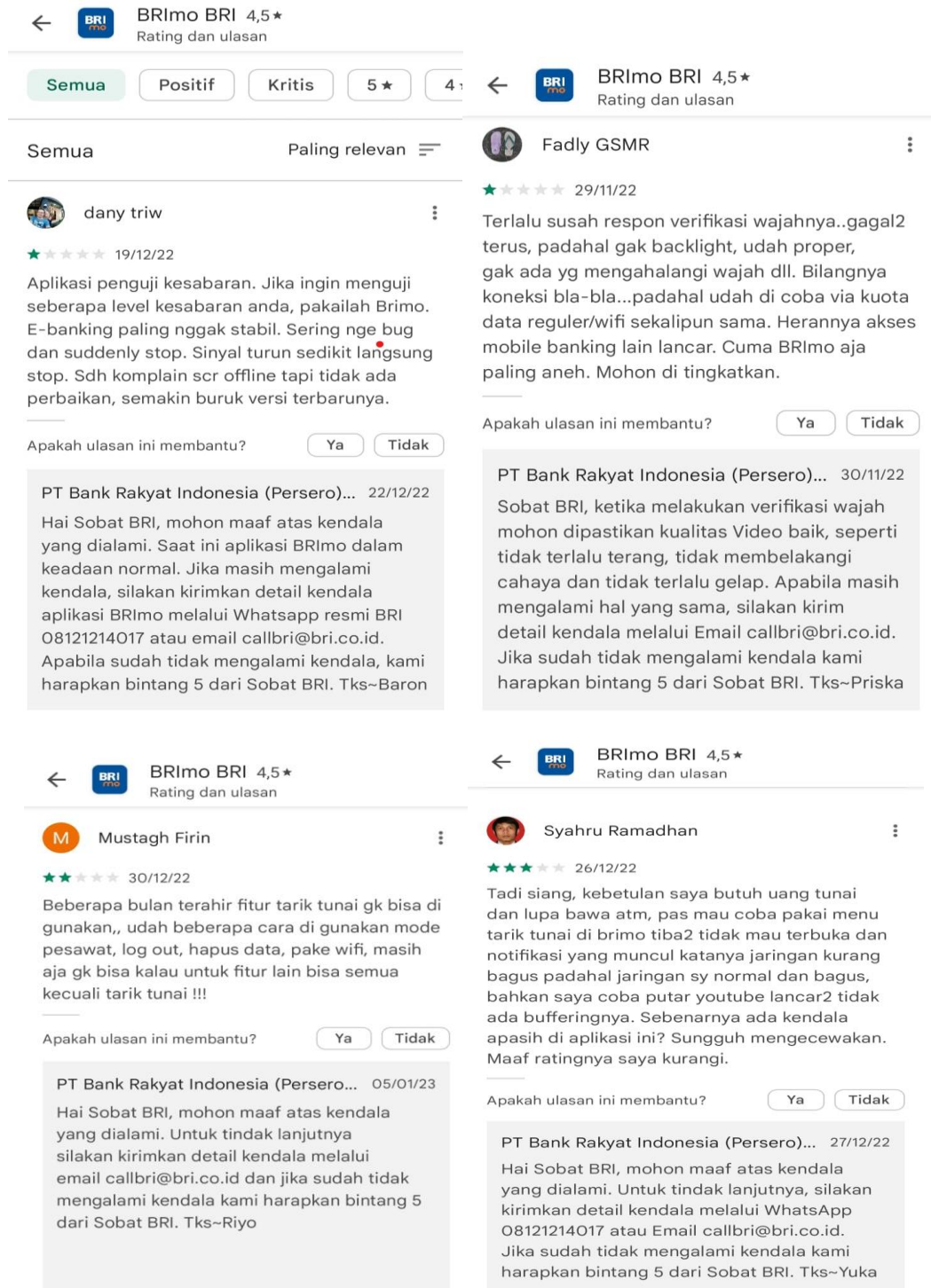


BRImo merupakan Aplikasi Keuangan Bank Digital BRI

Sumber: data Diolah 2023

**Gambar 2. Rating Playstore BRImo**

Berdasarkan gambar 2 di atas menunjukkan bahwa *rating* dari *playstore* BRImo juga masih belum sempurna yang dimana yaitu sebesar 4,5 dari yang seharusnya sebesar 5,0. Hal tersebut dibuktikan dengan adanya beberapa komentar negatif sebagai berikut.



Sumber: data diolah 2023

### Gambar 3. Komentar Negatif Pelayanan *Mobile Banking* BRImo

Sintha Yulia Dedari, 2023

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN MOBILE BANKING TERHADAP LOYALITAS DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA NASABAH BRI**

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, S2 Manajemen

[www.upnvj.ac.id - www.library.upnvj.ac.id - www.repository.upnvj.ac.id]

**Tabel 2. Kumpulan Resume Rating 4.5**

<b>Kategori Bintang</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
Bintang 5	780.952	76.77%
Bintang 4	73.463	7.22%
Bintang 3	31.405	3.09%
Bintang 2	10.114	0.99%
Bintang 1	121.375	11.93%
<b>Jumlah Penilaian</b>	<b>1.017.309</b>	<b>100%</b>

Sumber: data diolah 2023

Berdasarkan gambar 3 dan tabel 2 di atas membuktikan bahwa nasabah yang komplain tentang pelayanan *mobile banking* BRImo memang terlihat nyata adanya dan melihat jenis komentar yang *diposting* adalah terkait dengan kualitas pelayanan *mobile banking* BRImo. Hal tersebut mengindikasikan bahwa kepuasan nasabah BRI masih belum cukup baik.

Pelayanan *mobile banking* BRImo sebagai salah satu *mobile banking* yang sudah dikategorikan ke dalam Top Brand menyadari pentingnya untuk menjaga kepercayaan agar menciptakan kepuasan pelanggan. Adanya kualitas pelayanan yang bagus dari BRImo akan menciptakan kepuasan pelanggan dan akan tercipta loyalitas yang berupa kegiatan pembelian (penggunaan) ulang terhadap suatu produk (jasa) dan memberikan rekomendasi kepada orang lain untuk membeli (menggunakan) produk (jasa) di perusahaan tersebut. Semakin tinggi kualitas pelayanan, semakin tinggi pula kepuasannya. Hal ini mengarah pada fakta bahwa perusahaan terlibat dalam kegiatan untuk mengelola pelayanan prima kepada pelanggan mereka. Kualitas pelayanan ini sangat penting artinya bagi kehidupan suatu perusahaan, karena tanpa pelanggan, maka tidak akan terjadi transaksi jual beli diantara keduanya. Kualitas pelayanan diberikan kepada pelanggan harus berfungsi untuk lebih memberikan kepuasan yang maksimal. Kualitas pelayanan memberikan dorongan kepada nasabah untuk menjalin hubungan yang erat dengan perusahaan sehingga memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan dan kebutuhan, yang pada akhirnya kepuasan pelanggan dapat menciptakan kesetiaan/loyal kepada perusahaan.

Perlu diketahui pula bahwa kualitas pelayanan dapat diukur dengan cara membandingkan antara apa yang diharapkan oleh pengguna pelayanan dan apa yang diterima oleh pengguna pelayanan. Kualitas memberikan suatu dorongan

kepada pelanggan atau nasabah untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Ikatan seperti ini dalam jangka panjang memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka, dengan demikian perusahaan tersebut dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan atau meniadakan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan (Dapiah, 2021).

Kualitas memberikan dorongan kepada nasabah untuk menjalin hubungan yang erat dengan perusahaan sehingga memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan dan kebutuhan, yang pada akhirnya kepuasan nasabah dapat menciptakan kesetiaan/loyal kepada perusahaan. Loyalitas nasabah berfokus pada pengulangan perilaku pembelian berdasarkan kombinasi sifat positif dan negatif dalam proses transaksi (Yusfiarto, 2021).

Loyalitas nasabah adalah puncak pencapaian pelaku bisnis perbankan. Nasabah yang puas dan setia tidak akan ragu untuk menjadi penyebar kabar baik yang selalu menyebarkan kebaikan mengenai produk perbankan yang di konsumsinya. Dalam hubungannya dengan pelayanan jasa maka loyalitas nasabah adalah bagaimana interaksi adalah penjual dan konsumen dimana konsumen akan merasa puas dengan pelayanan dari penjual (Pane, 2020). Menurunnya loyalitas nasabah terhadap bank tidak menutup kemungkinan hal tersebut disebabkan oleh kualitas pelayanan yang buruk terhadap nasabah. Menurunnya loyalitas nasabah sebagai akibat kurangnya kualitas pelayanan kepada nasabah yang diberikan mengakibatkan banyak nasabah memindahkan dananya ke bank lain yang lebih baik dalam hal kualitas pelayanannya. Perusahaan yang telah berdiri akan memasarkan perusahaannya hingga dapat bersaing di kalangan perusahaan lainnya (Pramana and Rastini, 2016).

BRI sebagai salah satu Bank terbesar yang mempunyai cabang di setiap kota dan unit-unit yang hampir di setiap tingkat kecamatan, menjadi salah satu Bank yang dijadikan nasabah untuk melakukan simpan pinjam maupun transaksi lainnya. BRI terus memberikan pelayanan perbankan yang nyaman, aman dan andal merupakan faktor penting dalam membangun hubungan dengan nasabah. BRI terus

meningkatkan pelayanan yang menyenangkan tentu akan tercipta loyalitas yang tinggi pada konsumen terhadap perusahaan.

Pada penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Octavia, 2019) menyatakan hasil bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh langsung terhadap loyalitas nasabah. Namun hasil penelitian tersebut tidak sejalan (Subagja & Susanto, 2019) dengan penelitian yang dilakukan oleh bahwa kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah dan memiliki hubungan yang signifikan. Berdasarkan hasil dari penelitian tersebut dapat disimpulkan adanya perbedaan hasil yang dilakukan.

Pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas berdasarkan penelitian (Andhika, 2021) menyatakan bahwa kepuasan nasabah yang positif akan menciptakan pelanggan yang loyal dan akan terus menggunakan BSI *Mobile*, hal ini bertentangan dengan penelitian (Triyogo, 2022) yang menyatakan Kepuasan tidak berpengaruh terhadap loyalitas.

Selanjutnya penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah sebagai variabel *intervening* memiliki hasil yang bervariasi pula, sesuai dengan penelitian (Permatasari & Purwanto, 2022) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah pada Kantor Kas BNI Unitomo Surabaya. Hal itu bertentangan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Triyogo, 2022) yang menunjukkan bahwa kepuasan tidak memediasi kualitas pelayanan kerja terhadap loyalitas nasabah.

Latar belakang ini menarik menjadi *gap research* perbedaan penelitian ini dengan yang sebelumnya yaitu penelitian ini yang menjadi pembeda adalah dari segi objek. Dan ini pun dikutip dari rangkuman beberapa komentar pada *playstore* (2022) yaitu terdapat beberapa yang memberikan nilai negatif terhadap kualitas pelayanan BRImo seperti pengguna BRImo yang telah menginstal aplikasi BRImo mengalami masalah yang menimbulkan risiko pada pengguna walaupun BRImo telah memiliki beberapa keunggulan dengan berbagai macam fitur aplikasi, masalah tersebut antara lain, pengguna mengalami kesulitan pada saat mendaftar, pengguna mengalami kegagalan *login*, pengguna mengalami kegagalan dalam bertransaksi, pengguna mengalami adanya perubahan pada pelayanan aplikasi



setelah melakukan *update* aplikasi lebih sulit pada saat melakukan transaksi, dan kurangnya privasi informasi, serta pengguna mengalami terblokir, sehingga pengguna merasa kesulitan dalam menggunakan aplikasi BRImo. Maka penulis ingin meneliti lebih lanjut apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan yang dapat menciptakan loyalitas.

Berdasarkan penjelasan di atas, Peneliti menemukan fenomena dan *gap research* dari hasil penelitian terdahulu dengan hasil penelitian yang terbaru. Dengan adanya kondisi saat ini, besar kemungkinan terjadi perbedaan hasil dari penelitian - penelitian sebelumnya terhadap pengguna pelayanan *mobile banking* BRImo. Oleh karena itu, penulis ingin melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan *Mobile Banking* terhadap Loyalitas dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel *Intervening* pada Nasabah BRI”**.

## **I.2 Pembatasan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut.

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan *mobile banking* terhadap kepuasan pelanggan?
2. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan *mobile banking* terhadap loyalitas?
3. Apakah terdapat pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas?
4. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan *mobile banking* terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan.

## **I.3 Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian pada latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini memiliki tujuan untuk memverifikasi, membuktikan dan menganalisis sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan *mobile banking* terhadap kepuasan pelanggan.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan *mobile banking* terhadap loyalitas.

3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan *mobile banking* terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan.

#### **I.4 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis sebagai berikut.

1. Aspek Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai kualitas pelayanan *mobile banking*, loyalitas, dan kepuasan pelanggan serta sebagai tambahan referensi dan literasi untuk penelitian selanjutnya.

2. Aspek Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan mengenai kualitas pelayanan *mobile banking*, loyalitas, dan kepuasan pelanggan serta menjadi pertimbangan bagi BRI dalam meningkatkan evaluasi kinerja *mobile banking* serta meningkatkan loyalitas dan kepuasan pelanggan.