

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Kemajuan dan perkembangan teknologi informasi yang telah berkembang dengan pesat telah mempengaruhi sektor industri perbankan, seperti halnya *mobile banking* yang merupakan salah satu bentuk dari perkembangan teknologi tersebut. Perangkat komunikasi yang efektif dan efisien menjadi wujud dari perkembangan teknologi yang pada saat ini telah dimanfaatkan oleh sektor perbankan. Para nasabah dapat melakukan transaksi dan layanan perbankan lainnya secara *mobile*, kapan dan dimanapun mereka berada. Saat ini sudah banyak bank yang telah menyediakan akses *mobile* tersebut untuk mengetahui informasi keuangan. Kondisi tersebut merupakan salah satu perbaikan layanan terhadap nasabah, karena pada kenyataannya dalam melaksanakan transaksi perbankan setiap nasabah memerlukan waktu yang cukup lama untuk melakukan transaksi di bank. Hal tersebut akan cenderung merugikan bagi para nasabah jika waktu serta tenaganya tersita hanya untuk bertransaksi dan menunggu antrian di bank. Mallat, Rossi, dan Tuunainen: (2004:93) dalam Pishela Pratiwi (2012).

Tabel 1. 1

Rincian rating dan jumlah pengunduh aplikasi layanan 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	5 juta+	4,3/5	4,7/5
Neobank by BNC Digital Bank	5 juta+	4,2/5	3,9/5
Livin by Mandiri	1 juta+	3,4/5	3,9/5

Sumber: <https://finansial.bisnis.com/read/20220524/90/1536318/top-10-aplikasi-bank-di-indonesia-siapa-yang-terbanyak-diunduh-dan-dapat-bintang-ya>

BCA *Mobile Banking* diketahui telah diunduh lebih dari 10 juta kali pada aplikasi *Google Play Store*. Sejalan ini para pengguna *mobile banking* BCA pada aplikasi *Google Play Store* (Android) memiliki kepuasan yang lebih tinggi, dengan rating (4,4) dibandingkan dengan pengguna *mobile banking* BCA pada aplikasi *App Store* (Apple). Pengguna *mobile banking* BCA pada *App Store* memberikan rating untuk aplikasi *mobile banking* yang diterbitkan oleh PT Bank Central Asia Tbk, yaitu sebesar 3,7/5. Pengguna berharap adanya fitur tambahan seperti *save bukti transfer* yang terdapat pada versi website.

Jika dilihat dari statistik rincian rating dan jumlah pengunduh aplikasi layanan perbankan digital. *Mobile banking* BCA berada pada peringkat kedua. Kondisi tersebut menimbulkan pertanyaan, apakah kualitas layanan yang terdapat pada aplikasi *mobile banking* tersebut kurang memuaskan nasabah atau terdapat faktor-faktor lain yang mendasari nasabah sehingga mempengaruhi perilaku loyalitas nasabah terhadap Bank BCA.

Dilansir dari *Bisnis.com* yang menjelaskan mengenai kualitas layanan *mobile banking* BCA: <https://finansial.bisnis.com/read/20220802/90/1561855/layanan-m-banking-bca-kembali-normal-setelah-sempat-error>, pada tanggal 2 Agustus 2022 layanan *mobile banking* BCA sempat mengalami error atau gangguan yang disebabkan oleh kendala-kendala, sehingga para nasabah tidak dapat melakukan transaksi secara online ataupun pengecekan saldo, sehubungan dengan hal tersebut manajemen Bank BCA memohon maaf atas ketidaknyamanan atas transaksi para nasabah yang terganggu. Executive Vice President Secretariat & Corporate

Communication BCA Hera F. Haryn mengimbau kepada para nasabah BCA untuk melakukan pengecekan secara berkala dalam penggunaan kembali layanan BCA *mobile*. Beliau menyatakan bahwa manajemen BCA akan senantiasa memantau perkembangan secara berkelanjutan untuk kedepannya.

Kualitas layanan merupakan penilaian atau keseluruhan sikap yang berkenaan dengan kelebihan suatu jasa layanan. Parasuraman *et al*, (1985) menyebutkan bahwa kualitas layanan harus dimulai dari kebutuhan nasabah dan berakhir pula pada persepsi nasabah. Semua pihak yang memakai dan mengkonsumsi jasa perbankan akan memberikan penilaian yang berbeda-beda terhadap kualitas layanan. Hal ini disebabkan karena layanan perbankan mempunyai karakteristik yang beragam, sehingga kinerja yang dihasilkannya seringkali tidak konsisten.

Industri perbankan pada saat ini khususnya layanan *mobile banking*, elemen kunci dari kepuasan nasabah adalah sifat hubungan antara pelanggan dan penyedia produk dan jasa layanan yaitu Bank. Produk dan kualitas layanan *mobile banking* biasanya dicatat sebagai prasyarat penting untuk memuaskan nasabah dan mempertahankan nilai nasabah, adapun kriteria kepuasan nasabah terhadap kualitas layanan *mobile banking* meliputi; cepat dan efisien, kerahasiaan bank, kecepatan transaksi, akurasi tagihan, ketepatan waktu penagihan, kejelasan penagihan, biaya akses yang kompetitif, serta kualitas layanan Setiawan, (2016). Menurut Kotler (2002: 177), kepuasan konsumen adalah perasaan kecewa atau bahagia yang dirasakan oleh konsumen setelah menerima jasa atau hasil produk yang diharapkan atas kinerja atau hasil yang sesuai dengan harapan. Dengan menyediakan layanan yang baik akan menguntungkan pasar sasarannya,

perusahaan jasa seperti Bank cenderung untuk mencapai perbedaan dalam hal penyedia jasa layanan Kotler (2000). Oleh karena itu, perusahaan jasa berusaha menyediakan semua hal yang dapat membuat pelanggan merasa puas karena hal tersebut adalah faktor utama bagi perusahaan jasa seperti Bank untuk menentukan persaingan.

Perilaku loyalitas merupakan frekuensi pembelian pelanggan, Cunningham (1956), Jacoby & Chestnut (1978) dan urutan pembelian. Khan, Kalwani, & Morrison (1986) dengan merek atau perusahaan tertentu. Niat perilaku pelanggan yang kuat mendorong mereka untuk mengunjungi kembali. Kunjungan kembali ini cenderung untuk menolak perubahan. Dowling & Uncles (1997) atau faktor lain yang meyakinkan mereka untuk membeli kembali dengan satu penjual dari waktu ke waktu.

Bank yang memberikan kualitas layanan yang tinggi akan meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah dan nasabah akan menyarankan atau merekomendasikan kepada orang lain. Loyalitas nasabah memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan jasa seperti Bank, mempertahankan nasabah berarti meningkatkan kinerja dari Bank tersebut, hal ini menjadi alasan menarik dan mempertahankan layanan yang baik bagi para nasabah Bank.

Berdasarkan aspek inilah letak dari tujuan penelitian ini, yaitu untuk mengetahui hubungan antara *personal service quality*, *consumer satisfaction*, dan *behavioral loyalty* pada pengguna aplikasi *mobile banking* di Surabaya.

Tabel 1. 2

Gap Penelitian

Peneliti	Hasil
Lie et al., (2019)	Harga dan Kepercayaan Konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen
Asti & Ayuningtiyas, (2020)	Terdapat pengaruh secara parsial antara Kualitas Pelayanan, Harga, terhadap Kepuasan konsumen, sedangkan Kualitas Produk tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen
Lai et al., (2019)	Diskonfirmasi memiliki dampak langsung dan tidak langsung, sedangkan kepuasan hanya berdampak langsung pada loyalitas sikap. Sementara itu, switching cost memiliki dampak langsung pada loyalitas perilaku, tetapi tidak pada loyalitas attitudinal

Sumber: Data diolah (2022)

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penelitian ini memiliki 2 (dua) rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah *personal service quality* berpengaruh signifikan terhadap *consumer satisfaction* pada pengguna aplikasi *mobile banking* BCA di Surabaya?
2. Apakah *consumer satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *behavioral loyalty* pada pengguna aplikasi *mobile banking* BCA di Surabaya?
3. Apakah *personal service quality* berpengaruh signifikan terhadap *behavioral loyalty* pada pengguna aplikasi *mobile banking* BCA di Surabaya?

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki 2 (dua) tujuan untuk menganalisis signifikan hubungan antara :

1. Menganalisis signifikansi pengaruh *personal service quality* terhadap *consumer satisfaction* pada pengguna *mobile banking* BCA di Surabaya.
2. Menganalisis signifikansi pengaruh *consumer satisfaction* terhadap *behavioral loyalty* pada pengguna *mobile banking* BCA di Surabaya.
3. Menganalisis signifikansi pengaruh *personal service quality* terhadap *behavioral loyalty* pada pengguna *mobile banking* BCA di Surabaya.

1.4. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang hendak dicapai, maka penelitian ini diharapkan mempunyai beberapa manfaat antara lain :

1. Bagi Penulis

Harapan saya sebagai penulis agar penelitian ini bisa menambah wawasan dan pengetahuan mengenai hubungan antara *personal service quality*, *consumer satisfaction*, *behavioral loyalty* pada pengguna *mobile banking* BCA di Surabaya.

2. Bagi Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya

Dengan penelitian yang saya lakukan ini, saya harap bisa menjadi rujukan dan referensi bagi mahasiswa dan mahasiswi Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya dalam melakukan penelitian selanjutnya.

3. Bagi Pembaca

Dengan hasil penelitian yang saya lakukan ini, harapan saya selanjutnya agar bisa dijadikan referensi bagi pembaca maupun peneliti selanjutnya sebagai bahan rujukan.

1.5. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika dari skripsi ini dibagi menjadi 5 (lima) bab yang bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai isi dari penelitian agar lebih jelas dan terstruktur. Adapun susunan penulisan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab pertama membahas mengenai Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, serta Sistematika Penulisan Skripsi.

BAB II : TINJAUAN PENELITIAN

Bab kedua menjelaskan mengenai Penelitian Terdahulu yang relevan terhadap judul penelitian, Landasan Teori, Kerangka Pemikiran Penelitian, Hubungan Antar Variabel, dan Hipotesis Penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ketiga membahas mengenai metode penelitian yang terdiri dari Rancangan Penelitian, Batasan Penelitian, Identifikasi Variabel, Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel, Instrumen Penelitian, Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel, Data dan Metode Pengumpulan Data, Uji Validitas dan Reliabilitas Penelitian, serta Teknik Analisis Data.

BAB IV: GAMBARAN SUBJEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Bab keempat membahas mengenai gambaran subjek penelitian, analisis data yang digunakan, serta pembahasan hasil penelitian.

BAB V: PENUTUP

Bab kelima membahas mengenai kesimpulan, keterbatasan penelitian dan saran yang mana sekaligus menjadi akhir dalam penulisan skripsi ini.