

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar pada industri perbankan, khususnya dalam hal pelayanan kepada nasabah. Salah satu bentuk inovasi yang berkembang pesat adalah layanan *mobile banking*, yang memungkinkan nasabah melakukan berbagai transaksi keuangan secara daring kapan pun dan di mana saja. Di Indonesia, fenomena ini tampak dari meningkatnya jumlah pengguna aplikasi perbankan digital seperti BRImo, Livin' by Mandiri, BCA Mobile, dan BSI Mobile. Perkembangan ini turut mendorong perbankan nasional, termasuk Bank Rakyat Indonesia (BRI), untuk mengembangkan layanan digital melalui aplikasi BRImo.

BRImo (BRI Mobile) merupakan salah satu aplikasi mobile banking milik Bank Rakyat Indonesia (BRI) yang dirancang untuk memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi nasabah dalam melakukan berbagai transaksi finansial, seperti transfer dana, pembayaran tagihan, *top-up e-wallet*, serta pengecekan saldo. Seiring dengan peningkatan penggunaan layanan digital tersebut, muncul tantangan baru terkait kualitas layanan dan keamanan sistem. Kedua aspek ini menjadi faktor utama dalam membangun kepercayaan (*trust*) nasabah terhadap aplikasi perbankan digital. Tingkat kepercayaan yang tinggi diharapkan mampu mendorong loyalitas pelanggan, sehingga nasabah tetap menggunakan aplikasi BRImo secara berkelanjutan.

Kualitas layanan (*service quality*) merupakan salah satu aspek penting dalam menciptakan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Dalam konteks *mobile banking*, kualitas layanan mencakup kemudahan penggunaan (*ease of use*), keandalan system (*reliability*), kecepatan respon (*responsiveness*), jaminan keamanan (*assurance*), dan perhatian terhadap kebutuhan pengguna (*empathy*). Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kualitas layanan yang baik berpengaruh positif terhadap kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Menemukan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepercayaan dan loyalitas nasabah pengguna *mobile banking* di Indonesia (Jurnal Sains Pemasaran Indonesia) (Astuti et al., 2020).

Selain itu, keamanan (*security*) juga menjadi faktor yang tidak kalah penting dalam konteks layanan digital. Nasabah akan merasa enggan menggunakan aplikasi *mobile banking* apabila tidak ada jaminan keamanan terhadap data pribadi, informasi akun, dan transaksi finansial mereka. Dalam *Jurnal Ekonomi dan Manajemen* menyatakan bahwa keamanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pengguna aplikasi *mobile banking*. Dengan demikian, aspek keamanan memiliki kontribusi besar dalam membangun kepercayaan nasabah terhadap sistem perbankan digital (Azra et al., 2022).

Kepercayaan (*trust*) merupakan variabel mediasi yang berperan penting dalam hubungan antara kualitas layanan dan keamanan terhadap loyalitas pelanggan. Tanpa adanya kepercayaan, pelanggan cenderung ragu untuk menggunakan aplikasi digital, meskipun layanan dan fitur yang ditawarkan sudah sangat baik. Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan berperan

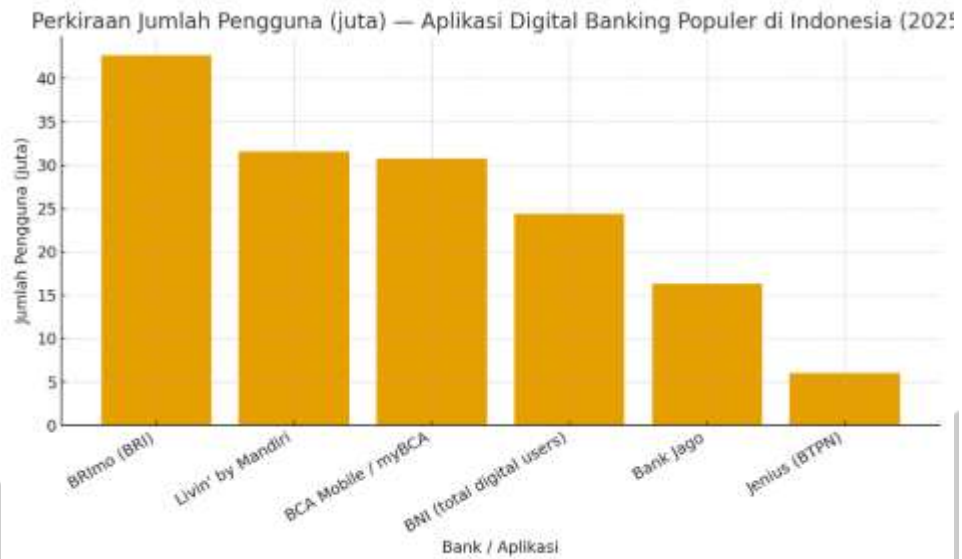
sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara kualitas layanan dan loyalitas pengguna *mobile banking*. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat kepercayaan pelanggan terhadap aplikasi, maka semakin besar pula kemungkinan mereka untuk tetap setia dan tidak beralih ke aplikasi lain. Kota Surabaya, sebagai salah satu pusat ekonomi dan teknologi di Indonesia, menjadi wilayah yang menarik untuk diteliti. Masyarakat Surabaya memiliki tingkat literasi digital yang tinggi dan termasuk pengguna aktif layanan perbankan digital. Persaingan antar aplikasi *mobile banking* di kota ini juga cukup ketat, sehingga bank perlu terus meningkatkan kualitas layanan, memperkuat sistem keamanan, serta membangun kepercayaan guna mempertahankan loyalitas nasabah.

Dengan latar belakang tersebut, Penelitian yang dilakukan oleh Suhartanto (2021) berjudul “*Millennial Loyalty Towards Artificial Intelligence-enabled Mobile Banking: Evidence from Indonesian Islamic Banks*” meneliti loyalitas nasabah milenial terhadap layanan *AI-enabled mobile banking* pada bank syariah di Provinsi Aceh. Penelitian tersebut menyoroti faktor-faktor seperti kualitas layanan, keamanan, kepercayaan, sikap terhadap AI, dan religiusitas dalam membentuk loyalitas nasabah. Namun, dalam penelitian tersebut, kepercayaan (*trust*) tidak digunakan sebagai variabel mediasi, melainkan hanya sebagai salah satu faktor yang memengaruhi loyalitas nasabah terhadap layanan perbankan digital berbasis AI.

Berbeda dengan penelitian tersebut, penelitian ini berfokus pada aplikasi BRImo milik Bank Rakyat Indonesia (BRI) sebagai bentuk layanan *mobile banking* konvensional yang banyak digunakan di Kota Surabaya. Penelitian ini

menempatkan kepercayaan sebagai variabel mediasi yang menjembatani pengaruh kualitas layanan dan keamanan terhadap loyalitas pelanggan. Dengan demikian, masih terdapat kesenjangan penelitian (*research gap*) mengenai peran mediasi kepercayaan dalam hubungan antara kualitas layanan, keamanan, dan loyalitas pelanggan pada konteks perbankan digital konvensional, yang menjadi fokus utama penelitian ini.

Tahun 2025 menandai pesatnya pertumbuhan layanan perbankan digital di Indonesia. Aplikasi BRImo (BRI) menjadi yang paling populer dengan sekitar 42,7 juta pengguna Pasardana.id (2025), diikuti Livin' by Mandiri sebanyak 31,6 juta, dan BCA Mobile/myBCA sekitar 30,8 juta. BNI Mobile Banking mencatat 24,4 juta pengguna, sedangkan Bank Jago melayani 16,3 juta nasabah, dan Jenius (BTPN) memiliki 6 juta pengguna. Dominasi bank besar menunjukkan keberhasilan mereka beradaptasi terhadap digitalisasi, sementara bank digital murni terus tumbuh dengan inovasi layanan yang fleksibel dan terintegrasi dengan gaya hidup digital. Secara keseluruhan, tren ini menegaskan bahwa perbankan digital telah menjadi bagian utama dari sistem keuangan modern di Indonesia.



Sumber: Pasardana.id (2025)

Gambar 1. 1

Perbankan Digital Terpopuler di Indonesia per (2025)

Berdasarkan fenomena umum tingginya adopsi BRImo di Indonesia dan pentingnya faktor Kualitas Layanan dan Keamanan dalam membangun Kepercayaan dan Loyalitas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut. Ketidakesesuaian atau kesenjangan yang menarik untuk diteliti adalah bagaimana interaksi antara Kualitas Layanan dan Keamanan pada aplikasi BRImo memengaruhi pembentukan Kepercayaan nasabah di Kota Surabaya, dan seberapa besar peran Kepercayaan ini dalam memediasi terbentuknya Loyalitas Pelanggan BRImo.

Oleh karena itu, peneliti merumuskan judul penelitian **“PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEAMANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA PENGGUNA APLIKASI BRIMO DI SURABAYA”**

1.2 Perumusan Masalah

1. Apakah Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap Kepercayaan pada pengguna aplikasi BRImo di Kota Surabaya?
2. Apakah Keamanan berpengaruh signifikan terhadap Kepercayaan pada pengguna aplikasi BRImo di Kota Surabaya?
3. Apakah Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah pada pengguna aplikasi BRImo di Kota Surabaya?
4. Apakah Keamanan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah pada pengguna aplikasi BRImo?
5. Apakah Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah pada pengguna aplikasi BRImo?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Menganalisis pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepercayaan pada pengguna aplikasi BRImo di Kota Surabaya.
2. Menganalisis pengaruh Keamanan terhadap Kepercayaan pada pengguna aplikasi BRImo di Kota Surabaya.
3. Menganalisis pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah pada pengguna aplikasi BRImo.
4. Menganalisis pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Nasabah pada pengguna aplikasi BRImo.
5. Menganalisis pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah pada pengguna aplikasi BRImo.

1.4 Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi berupa tambahan pengetahuan mengenai bagaimana kualitas layanan dan keamanan berpengaruh terhadap kepercayaan serta loyalitas pelanggan, khususnya dalam konteks layanan perbankan digital seperti aplikasi BRImo. Hasil penelitian dapat memperkaya literatur dalam bidang manajemen pemasaran, terutama yang berkaitan dengan perilaku konsumen di era digital.
2. Hasil penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai rujukan bagi peneliti berikutnya yang ingin menganalisis topik serupa, baik dengan objek penelitian berbeda maupun dengan penambahan variabel lain yang relevan, seperti kepuasan pelanggan, persepsi risiko, atau inovasi teknologi.

b. Manfaat Praktis

1. Bagi BRI: Penelitian ini dapat memberikan masukan mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepercayaan dan loyalitas nasabah, sehingga dapat dijadikan pertimbangan dalam upaya meningkatkan kualitas layanan dan keamanan aplikasi BRImo agar lebih sesuai dengan kebutuhan serta harapan pengguna.
2. Bagi Nasabah: Penelitian ini dapat memberikan pemahaman mengenai pentingnya kualitas layanan dan keamanan dalam membangun kepercayaan dan loyalitas, sehingga diharapkan nasabah merasa lebih

aman, nyaman, serta percaya untuk terus menggunakan aplikasi BRImo.

3. Bagi Peneliti: Penelitian ini bermanfaat dalam memperluas wawasan, memperdalam pemahaman, serta menambah pengalaman praktis dalam meneliti bidang manajemen pemasaran, khususnya yang berhubungan dengan layanan perbankan digital, kepercayaan konsumen, dan loyalitas pelanggan.

1.5 Sistematika Penelitian Skripsi

Pembahasan dalam penelitian ini disusun secara terstruktur ke dalam tiga bab utama, yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi uraian mengenai latar belakang permasalahan penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini memaparkan hasil penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan, baik persamaan maupun perbedaan dengan penelitian yang dilakukan. Selain itu, bab ini juga memuat teori-teori yang menjadi landasan penelitian, penyusunan kerangka pemikiran, serta perumusan hipotesis.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan secara rinci mengenai rancangan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional dan pengukuran variabel, populasi dan sampel beserta teknik pengambilannya, instrumen penelitian, metode pengumpulan data, serta uji validitas dan reliabilitas instrumen. Di bagian akhir, dijelaskan pula teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini

BAB IV: GAMBARAN SUBJEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Bab ini menyajikan hasil pengolahan dan analisis data penelitian yang telah dikumpulkan. Pembahasan meliputi gambaran umum objek penelitian dan karakteristik responden, hasil uji kualitas data, analisis data sesuai dengan metode yang digunakan, serta pengujian hipotesis penelitian. Selanjutnya, hasil analisis tersebut dibahas secara mendalam untuk menjelaskan keterkaitan antara variabel penelitian dan menjawab rumusan masalah yang telah dirumuskan.

BAB V: PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan yang diperoleh berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya. Selain itu, bab ini juga memuat keterbatasan penelitian serta saran yang dapat diberikan bagi peneliti selanjutnya sebagai bahan pertimbangan untuk pengembangan penelitian di masa mendatang.