

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pada saat ini internet sangat dibutuhkan oleh banyak masyarakat untuk melakukan aktivitas, seperti berbelanja, berkomunikasi dan melakukan transaksi-transaksi lainnya. Ini menjadi suatu kebiasaan bagi masyarakat untuk memperoleh berbagai informasi dengan mudah. Oleh karena kebiasaan tersebut banyak industri yang memanfaatkan hal tersebut termasuk juga bank.

Saat ini telah banyak bank yang memanfaatkan perkembangan teknologi tersebut untuk menarik nasabah. Karena bank ingin lebih dekat dengan nasabahnya. Bank merupakan salah satu industri yang dipercaya masyarakat untuk menyimpan dana nasabah. Biasanya nasabah yang menggunakan fasilitas *internet banking* di bank dikarenakan sudah percaya terhadap bank tersebut dan reputasi bank tersebut yang sudah terkenal bagus. Ini juga biasanya didorong dengan kualitas layanan bank yang bagus yang menyebabkan nasabah bank tersebut puas terhadap fasilitas yang didapatkan oleh sebab itu kepercayaan, reputasi, kualitas layanan, dan kepuasan nasabah sangatlah penting.

Menurut survey yang dilakukan pengguna *internet banking* di Indonesia berkembang sangat pesat. Ini terbukti dengan survey yang dilakukan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet di Indonesia (APJII) sampai dengan Juli tahun 2012

menunjukkan angka 63 juta pengguna internet. Jumlah ini menunjukkan 24,23% penduduk Indonesia telah menggunakan internet.

Dalam perkembangan teknologi informasi, telekomunikasi dan internet menyebabkan munculnya bisnis berbasis internet. Salah satunya aplikasinya adalah *internet banking*. Berdasarkan survei yang dilakukan lembaga riset telematika sharing vision pada tahun 2012, dari 6 bank besar di Indonesia, total prediksi sharing vision, jumlah pengguna *internet banking* mencapai 10 juta pengguna. Menurut prediksi sharing vision, jumlah pengguna *internet banking* akan meningkat hingga 12,2 juta pengguna.

Meski menawarkan berbagai manfaat, faktanya minat nasabah untuk menggunakan fasilitas *internet banking* masih rendah. Jumlah nasabah di Indonesia yang menggunakan *internet banking* pada tahun 2001 sebesar 293.351 orang. Jumlah ini kemudian meningkat menjadi 424.063 orang pada tahun 2004 (www.bisniskeuangan.kompas.com, 5 oktober 2015)

Adapun total transaksi *internet banking* pada tahun 2001 mencapai Rp 7,45 triliun dan meningkat pada tahun 2004 menjadi Rp 35,51 triliun (www.ictwatch.com, 5 oktober 2015).

Jika dilihat dari jumlah pengguna internet di Indonesia, perkembangan *internet banking* seharusnya bisa lebih masif. Berdasarkan data yang dirilis www.internetworldstats.com, pengguna internet di Indonesia tumbuh lebih dari 1.150 persen dalam 10 tahun terakhir. Tahun 2008 total pengguna internet mencapai 25 juta dengan populasi 237.512.355 jiwa.

Hal tersebut juga dibuktikan dengan jumlah nasabah pemakai *internet banking* yang baru mencapai angka 27% dari keseluruhan nasabah bank yang menerapkan Internet Banking di Indonesia (Kompas, 2012). Contohnya adalah Bank Central Asia (BCA), dimana dari 9,4juta nasabah Bank Central Asia pada tahun 2012, hanya sekitar 1,4 juta nasabah yang terdaftar dalam layanan Internet Banking. Sementara itu nasabah yang benar-benar aktif menggunakannya hanya sekitar 942.000 nasabah. Apabila data tersebut dikalkulasikan maka hanya terdapat 14,89 % saja pengguna fasilitas *internet banking* BCA di Indonesia (Info Bank News, 2012).

Dari uraian di atas, penulis tertarik meneliti tentang :Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Layanan, Kepuasan, Reputasi, Dan Kebiasaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna *Internet Banking* Bank Bca Di Surabaya.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan dalam penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah kepercayaan berpengaruh signifikan positif terhadap loyalitas nasabah pengguna *internet banking* di Surabaya?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh signifikan positif terhadap loyalitas nasabah pengguna *internet banking* di Surabaya?
3. Apakah kepuasan berpengaruh signifikan positif terhadap loyalitas nasabah pengguna *internet banking* di Surabaya?
4. Apakah reputasi berpengaruh signifikan positif terhadap loyalitas nasabah pengguna *internet banking* di Surabaya?

5. Apakah kebiasaan berpengaruh signifikan positif terhadap loyalitas nasabah pengguna *internet banking* di Surabaya?
6. Apakah kepercayaan, kualitas layanan, kepuasan nasabah, reputasi dan kebiasaan berpengaruh signifikan positif terhadap loyalitas nasabah pengguna *internet banking* bank BCA di Surabaya?

1.3. **Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka dapat disimpulkan tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu :

1. Untuk menguji signifikansi pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah pengguna *internet banking* di Surabaya.
2. Untuk menguji signifikansi pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah pengguna *internet banking* di Surabaya.
3. Untuk menguji signifikansi pengaruh kepuasan terhadap loyalitas nasabah pengguna *internet banking* di Surabaya.
4. Untuk menguji signifikansi pengaruh reputasi terhadap loyalitas nasabah pengguna *internet banking* di Surabaya.
5. Untuk menguji signifikansi pengaruh kebiasaan terhadap loyalitas nasabah pengguna *internet banking* di Surabaya.
6. Untuk menguji signifikansi pengaruh kepercayaan, kualitas layanan, kepuasan nasabah, reputasi dan kebiasaan terhadap loyalitas nasabah pengguna *internet banking* bank BCA di Surabaya.

1.4. Manfaat Penelitian

Dengan tercapainya semua tujuan penelitian ini, dapat menghasilkan beberapa manfaat :

1. **Bagi Bank**

Bank dapat menggunakan penelitian ini untuk membantu dalam mengevaluasi faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah dalam menggunakan internet banking. Dan dapat membantu bank untuk menginovasi teknologi baru untuk mamajukan kinerja bank.

2. **Bagi Peneliti**

Di sini agar peneliti dapat menambah pengetahuan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah bank dalam menggunakan *internet banking*, dapat mengetahui lebih banyak kinerja *internet banking*.

3. **Bagi STIE Perbanas Surabaya**

Untuk menambah manfaat dan pengetahuan bagi mahasiswa dan mahasiswi STIE Perbanas. Ataupun bagi mahasiswa dan mahasiswi yang ingin mengambil penelitian yang sama.

1.5. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penulisan skripsi mengacu pada pedoman penulisan skripsi STIE PERBANAS Surabaya. Adapun sistematika penulisannya adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan secara keseluruhan tentang penelitian terdahulu, landasan teori, kerangka pemikiran, serta hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang desain atau rancangan penelitian, gagasan penelitian, identifikasi penelitian, definisi operasional, populasi sampel dan pengambilan sampel, instrumen penelitian, uji validitas, data dan metode pengumpulan data serta teknik analisis data.

BAB IV : GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Pada bab ini, diuraikan tentang populasi dari penelitian serta aspek-aspek dari sampel yang nantinya akan dianalisis. Bab ini juga menjelaskan tentang analisis dari hasil penelitian serta penalaran dari hasil penelitian secara teoritik dan empirik sehingga mengarah pada pemecahan masalah.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini membahas mengenai kesimpulan dari penelitian yang berisikan jawaban atas rumusan masalah dan pembuktian hipotesis. Bab ini juga membahas mengenai keterbatasan penelitian secara teoritik maupun teknis serta memberikan saran berupa implikasi hasil penelitian bagi pihak-pihak yang terkait.