

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Perkembangan teknologi dari tahun ke tahun semakin meningkat dengan perkembangan teknologi yang meningkat, industri perbankan menghadirkan layanan terkini untuk mempermudah transaksi para nasabahnya. Dengan adanya perkembangan ilmu teknologi yang semakin maju industri perbankan menghadirkan inovasi layanan yang dinamakan *Mobile Banking (Rekening Ponsel)*. *Rekening Ponsel* adalah salah satu jasa perbankan yang ditawarkan kepada nasabah untuk mempermudah melakukan transaksi seperti halnya cek saldo, transfer antar bank atau pun antar cabang, serta pembayaran – pembayaran tagihan seperti halnya tagihan kartu kredit dan tagihan tagihan yang lainnya.

Website Bank CIMB Niaga menjelaskan bahwa Rekening Ponsel adalah salah satu layanan Bank Cimb Niaga untuk mempermudah para nasabah dalam hal tarik tunai, transfer, maupun pembayaran tagihan tanpa menggunakan kartu ATM. *Go-Mobile* merupakan aplikasi pendukung yang diterbitkan oleh Bank CIMB Niaga untuk mempermudah penggunaan rekening ponsel.

Menurut Website Resmi Bank Cimb Niaga (<https://www.cimbniaga.com>) Total pengguna aplikasi *Go-Mobile* dan Rekening ponsel dari tahun 2015 ke tahun 2016 mengalami peningkatan pada tahun 2015 pengguna *Go-Mobile* mencapai 1,0 juta pengguna. Sedangkan jumlah pengguna Rekening Ponsel 945 ribu pengguna dan pada tahun 2016 Pengguna *Go-Mobile* mencapai 1,25 juta pengguna dan Jumlah

pengguna Rekening Ponsel meningkat 1,90 juta pengguna per akhir September 2016. Akan tetapi melihat pengguna *Go-Mobile* yang meningkat masih banyak keluhan negatif atas pengunduh melalui playstore menurun dalam kolom komentar pengguna *Go-Mobile* juga menuliskan kritikan pedas yang seperti halnya komentar yang dituliskan oleh pengguna “Aplikasi tidak bisa digunakan, makan pulsa, pengiriman passcode yang lama dan masih banyak yang lainnya dan itu tidak ada tanggapan/ respon dari pihak Bank CIMB Niaga” dan rata-rata para pengunduh dan pengguna aplikasi *Go-Mobile* dalam playstore hanya memberikan 1 bintang untuk kepuasan dalam menggunakan aplikasi dikarekanakan berbagai alasan yang sudah diutarakan dalam komentar-komentar di playstore

Dari survey *TOP Brand Award* produk *Mobile Banking* PT. Bank CIMB Niaga, Tbk yaitu Rekening ponsel mengalami penurunan prosentase pada tahun 2014 ke 2015 Selanjutnya pada tahun 2016 dan 2017 Rekening ponsel sudah tidak lagi masuk kedalam 4 besar *Mobile banking*. Berikut tabel data survey yang telah dilakukan oleh TOP BRAND AWARD :

Tabel 1.1  
SURVEY TOP BRAND KATEGORI *MOBILE BANKING* TAHUN 2014, 2015,  
2016 DAN 2017 DI INDONESIA

<b>MEREK</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
m-BCA	49,4%	54.2%	48.4%	48.1%
m-Banking Mandiri	21,2%	16.6%	22.7%	21.1%
BRI Mobile	11,5%	12.3%	10.2%	12.2%
BNI Mobile	9,8%	11.0%	10.1%	10.1%
CIMB Niaga Rekening Poknsel	3,3%	3.2%	-	-

Sumber : (<http://www.topbrand-award.com/>)

Pada Tabel 1.2 menunjukkan bahwa terdapat penurunan pengguna selama 4 tahun terakhir sehingga pada tahun 2016 sampai dengan 2017 tidak masuk dalam 4 besar TOP Brand Award. Secara prosentase dijelaskan pada tabel diatas pengguna Rekening Ponsel pada tahun 2014 sebanyak 3,3%, pada tahun 2015 pengguna Rekening Ponsel menurun pada prosentase 3.2%.

Penelitian ini penting dilakukan untuk mengetahui seberapa kuat pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pengguna Rekening Ponsel selain kualitas layanan adakah pengaruh lain ketika kualitas layanan di mediasi oleh brand prestige, persepsi risiko, dan citra Bank CIMB Niaga sendiri dari sudut pandang nasabah.

Kualitas diperlukan dalam penyediaan produk atau jasa kepada pelanggan. Produk yang berkualitas adalah produk yang memiliki spesifikasi yang sesuai dengan kebutuhan konsumen sehingga menyebabkan konsumen merasa puas. Bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa, memuaskan kebutuhan pelanggan berarti perusahaan harus memberikan kualitas layanan (*service quality*) kepada pelanggannya. Selain dari faktor kualitas layanan perusahaan juga harus melihat Risiko yang dirasakan yang menjadi faktor untuk mempertimbangkan penggunaan *Go-Mobile* dengan adanya berbagai macam jenis resiko maka dapat menjadi pertimbangan dalam penggunaan *Go-Mobile*, sebagian pengguna merasa stress dan bingung pada saat mengoperasikan aplikasi *Go-Mobile*, hal tersebut yang mempengaruhi loyalitas para pengguna layanan *Go-Mobile* Selain risiko, Gengsi merek (*Brand prestige*) dan kualitas layanan juga berpengaruh dalam mempertahankan loyalitas pengguna Rekening Ponsel, hal tersebut dapat dilihat dari

bagaimana gengsi merek dan citra perusahaan dapat meningkatkan rasa percaya diri dari nasabah sehingga membuat para pengguna merasa bahwa produk/jasa yang ditawarkan tersebut dapat dipercaya, memiliki nilai yang lebih dan didukung oleh kualitas layanan yang baik dan sesuai dengan harapan para nasabah sehingga nasabah dapat tetap setia dan loyal terhadap produk bank tersebut dalam melakukan segala transaksi di kehidupan sehari-hari. Sehubungan dengan uraian latar belakang diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS PENGGUNA GO-MOBILE DIMEDIASI GENSI MEREK, RISIKO YANG DIRASAKAN SERTA CITRA BANK”**.

### **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan dalam latar belakang masalah diatas, maka masalah yang akan diteliti pada penelitian ini adalah:

1. Apakah Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap Loyalitas pengguna *Go-Mobile*?
2. Apakah Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap Gengsi Merek pengguna *Go-Mobile*?
3. Apakah Gengsi Merek berpengaruh positif terhadap Loyalitas pengguna *Go-Mobile*?
4. Apakah Gengsi Merek berpengaruh positif terhadap Risiko yang dirasakan pengguna *Go-Mobile*?
5. Apakah Risiko yang dirasakan berpengaruh positif terhadap loyalitas pengguna *Go-Mobile*?

6. Apakah Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap Citra perusahaan pengguna *Go-Mobile*?
7. Apakah Citra perusahaan berpengaruh positif terhadap loyalitas pengguna *Go-Mobile*?
8. Apakah Gengsi Merek berpengaruh positif terhadap loyalitas pengguna *Go-Mobile* setelah dimediasi oleh risiko yang dirasakan?
9. Apakah kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pengguna *Go-Mobile* setelah dimediasi oleh Gengsi Merek?
10. Apakah Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pengguna *Go-Mobile* setelah dimediasi oleh Citra perusahaan?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah yang telah diuraikan di atas maka tujuan penelitian yang ingin dicapai oleh peneliti adalah sebagai berikut :

1. Menganalisa pengaruh positif Kualitas layanan terhadap loyalitas pengguna *Go-Mobile*.
2. Menganalisa pengaruh positif Kualitas layanan terhadap Gengsi Merek pengguna *Go-Mobile*.
3. Menganalisa pengaruh positif Gengsi Merek terhadap Loyalitas pengguna *Go-Mobile*.
4. Menganalisa pengaruh positif Gengsi Merek terhadap Risiko yang dirasakan pengguna *Go-Mobile*.
5. Menganalisa pengaruh positif Risiko yang dirasakan terhadap Loyalitas pengguna *Go-Mobile*.

6. Menganalisa pengaruh positif Kualitas layanan terhadap Citra perusahaan pengguna *Go-Mobile*.
7. Menganalisa pengaruh positif Citra perusahaan terhadap Loyalitas pengguna *Go-Mobile*.
8. Menganalisa pengaruh positif Gengsi Merek terhadap loyalitas setelah dimediasi oleh Risiko yang dirasakan pengguna *Go-Mobile*.
9. Menganalisa pengaruh positif kualitas layanan terhadap loyalitas setelah dimediasi oleh Gengsi Merek pengguna *Go-Mobile*.
10. Untuk menganalisa pengaruh positif kualitas layanan terhadap loyalitas setelah dimediasi oleh Citra perusahaan pengguna *Go-Mobile*.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan suatu manfaat tersendiri bagi instansi perusahaan, peneliti, serta instansi pendidikan :

##### **1. Bagi Peneliti**

Hasil dari penelitian ini untuk pembuktian apakah teori teori yang ada dalam perkuliahan terjadi dimasyarakat secara langsung dan menerapkan teori teori yang telah didapatkan saat masa perkuliahan. Terfokus dalam bidang perbankan pemasaran mengenai tingkat loyalitas penggunaan Rekening Ponsel yang dipengaruhi oleh beberapa faktor variabel Gengsi Merek, kualitas layanan, citra perusahaan, serta persepsi risiko.

##### **2. Bagi STIE Perbanas Surabaya**

Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa menjadi acuan untuk para peneliti berikutnya dan juga dapat menambah ilmu untuk para pembaca yang ada

dilingkungan STIE Perbanas Surabaya serta menambah koleksi penelitian di dalam lingkungan STIE Perbanas Surabaya.

### **3. Bagi PT. Bank CIMB Niaga, Tbk**

Agar dapat menjadikan sebuah informasi guna menciptakan strategi dan inovasi terbaru terhadap jasa Mobile banking sehingga layanan aplikasi *Go-Mobile* dapat digunakan lebih mudah dan efisien dalam penggunaan aplikasi serta menambah loyalitas para pengguna Rekening Ponsel dalam menggunakan aplikasi *Go-Mobile* setiap transaksi yang dilakukan di kehidupan sehari-hari.

#### **1.5 Sistematika Penulisan**

Agar lebih mudah untuk dipahami maka penelitian ini ditulis menggunakan sistematika penulisan yang dibagi atas beberapa bab dan terdiri dari sub-sub bab yang dijelaskan sebagai berikut:

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Dalam bab pendahuluan ini membahas tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, sistematika penulisan sesuai dengan aturan penulisan didalam buku panduan skripsi dari STIE Perbanas Surabaya.

#### **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Dalam bab tinjauan pustaka membahas tentang penelitian terdahulu, landasan teori, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian.

#### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Dalam bab ini membahas tentang rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional, pengukuran

variabel, populasi sampel, teknik mengenai pengambilan sampel, instrumen penelitian, data dan metode pengumpulan data, uji Validitas dan Reliabilitas, serta teknik analisis data.

#### **BAB IV : GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA**

Dalam bab ini berisi mengenai gambaran subyek penelitian serta analisis data

#### **BAB V : PENUTUP**

Dalam bab ini berisi mengenai kesimpulan, keterbatasan penelitian dan saran

