

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi seperti sekarang ini internet sudah tidak asing lagi bagi masyarakat dan bahkan sudah menjadi kebutuhan. Menurut (<https://www.kominfo.go.id>) jumlah pengguna internet di Indonesia dari tahun ke tahun mengalami kenaikan. Seperti yang ada di data APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) jumlah pengguna internet pada tahun 2013 sebesar 72,8 juta naik menjadi 83,7 juta pada tahun 2014, kemudian menginjak tahun 2015 menjadi 93,4 juta dan pada tahun 2016 semakin naik menjadi 102,8 juta. Dengan meningkatnya pengguna internet di Indonesia sangat dimanfaatkan oleh dunia perbankan untuk penggunaan operasional nasabahnya, salah satunya yaitu *Internet banking*. *Internet Banking* saat ini semakin kompetitif dan persaingannya semakin ketat, hal ini dapat dilihat bahwa Bank berlomba – lomba untuk meningkatkan kepuasan layanan kepada pelanggan dengan menyediakan berbagai fasilitas layanan yang mudah diakses oleh nasabah kapan saja dan dimana saja tanpa harus datang lagi ke Bank. Salah satunya yaitu Bank BNI, fasilitas yang diberikan Bank BNI sendiri meliputi ATM banking, phone banking sms banking, mobile banking, dan yang paling menonjol adalah *internet banking*. Untuk penggunaan layanan *Internet Banking* ini nasabah mampu bertransaksi dengan menggunakan gadget yang telah terhubung dengan jaringan internet. Kemudian layanan *Internet Banking* ini diharapkan mampu

memudahkan nasabahnya dalam bertransaksi dan dapat menggunakan aplikasi tersebut dengan baik. Fasilitas tersebut sangat membantu nasabah dalam bertransaksi tanpa harus datang ke bank, karena saat ini banyak masyarakat yang tidak memanfaatkan aplikasi tersebut. Padahal penggunaan *Internet Banking* ini sangat membantu nasabah dalam bertransaksi tanpa harus bertatap muka dengan petugas bank. Selain itu seseorang harus percaya bahwa dalam menggunakan teknologi tertentu akan dapat meningkatkan kinerjanya. Jadi, orang-orang cenderung akan menggunakan atau tidak menggunakan suatu aplikasi sejauh bahwa mereka percaya hal itu akan meningkatkan kinerja dari pekerjaannya (Asad Ilyas, 2013). Disini dalam menggunakan *Internet Banking* Bank BNI diharapkan mampu memberikan kepuasan pelanggan yang dirasakan bagi nasabah, selain itu kualitas pelayanan yang diberikan juga harus maksimal agar nasabah tidak kecewa dengan layanan tersebut. Karena semakin tinggi kualitas nasabah atas penggunaan fasilitas tersebut, semakin puas pula nasabah dengan pelayanannya. Dan dengan kepuasan tersebut, citra bank Bank BNI akan semakin bagus dan masyarakat akan lebih banyak mengenal *Internet Banking* dari orang-orang yang sudah merasakan fasilitas tersebut. Layanan *Internet Banking* telah diterapkan Bank-Bank di Indonesia dan penggunaannya pun semakin meningkat setiap tahunnya. Hal ini terlihat pada info yang dimuat (<http://infobanknews.com>) yang menyebutkan bahwa terdapat 270% dari 13,6 juta nasabah pada 2012 menjadi 50,4 juta nasabah pada 2016. Jumlah ini bisa dikatakan meningkat dikarenakan dengan adanya kebutuhan dan perilaku masyarakat dalam memanfaatkan teknologi digital untuk melakukan aktivitas perbankan. Kemudian untuk frekuensi

transaksi penggunaan *e-banking* meningkat 169%, untuk 2012 terdapat 150,8 juta transaksi dan pada tahun 2016 menjadi 405,4 juta transaksi. Akan tetapi dengan peningkatan tersebut sangat tidak seimbang dengan peningkatan kejahatan perbankan (Fraud) saat ini. Disamping itu kualitas layanan yang ditawarkan oleh Bank dapat menciptakan rasa kepuasan bagi nasabah, saat ini kepuasan nasabah menjadi hal utama bagi Bank. Sehubungan dengan hal itu kepuasan dan juga kualitas pelayanan akan mempengaruhi rasa kepercayaan nasabah dan membuat citra bank menjadi lebih baik. Berikut merupakan Top Brand terkait layanan *internet banking* tiga tahun terakhir.

Tabel 1.1
TOP BRAND INTERNET BANKING

Tahun	Bank	Prosentase	Keterangan
2014	Klik BCA	53,7%	TOP
	Internet Banking Mandiri	20,2%	TOP
	Internet Banking Bri	10,6%	TOP
	BNI Internet Banking	9,6%	-
2015	Klik BCA	60,2%	TOP
	Internet Banking Mandiri	16,9%	TOP
	BNI Internet Banking	11,5%	TOP
	Internet Banking Bri	8,5%	-
2016	Klik BCA	54,0%	TOP
	Internet Banking Mandiri	20,0%	TOP
	Internet Banking Bri	9,0%	-
	BNI Internet Banking	6,3%	-

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

Hal ini menggambarkan bahwa pengguna layanan BNI *Internet Banking* sangat tidak stabil dan lebih dominan mengalami penurunan. Sehubungan dengan hal tersebut, penting bagi peneliti untuk mengetahui apa pengaruh kepercayaan nasabah pada layanan *Internet Banking* Bank peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepercayaan**

dengan dimediasi oleh citra bank dan kepuasan bagi nasabah *internet banking* BNI Surabaya”. Disini peneliti ingin mengetahui apakah masalah tersebut juga terjadi di kota Surabaya, jadi peneliti tertarik untuk meneliti kepercayaan nasabah terhadap layanan *internet banking* pada Bank BNI di Surabaya, dalam penelitian ini peneliti menggunakan variabel kepuasan dan kualitas pelayanan dengan dimediasi citra bank. Alasan pemilihan variabel tersebut dikarenakan dalam penelitian sebelumnya, variabel-variabel telah diuji, tetapi sampel yang digunakan Nasabah Bank di Negara Iran dan Sulawesi. Kemudian untuk penelitian saat ini dilakukan di Bank BNI Surabaya.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan yang akan dibahas pada penelitian ini adalah :

1. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pada nasabah *Internet Banking* BNI di Surabaya ?
2. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Citra Bank pada nasabah *Internet Banking* BNI di Surabaya ?
3. Apakah Kepuasan berpengaruh signifikan terhadap Kepercayaan pada nasabah *Internet Banking* BNI di Surabaya ?
4. Apakah Citra Bank berpengaruh signifikan terhadap Kepercayaan pada nasabah *Internet Banking* BNI di Surabaya ?
5. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan yang dimediasi oleh Citra Bank pada nasabah *Internet Banking* BNI di Surabaya ?

6. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepercayaan yang dimediasi oleh Kepuasan pada nasabah *Internet Banking* BNI di Surabaya ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada latar belakang dan rumusan masalah, maka tujuandari penelitian ini adalah :

1. Untuk menguji signifikansi pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan pada nasabah *Internet Banking* BNI di Surabaya.
2. Untuk menguji signifikansi pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Citra Bank pada nasabah *Internet Banking* BNI di Surabaya.
3. Untuk menguji signifikansi pengaruh Kepuasan terhadap Kepercayaan pada nasabah *Internet Banking* BNI di Surabaya.
4. Untuk menguji signifikansi pengaruh Citra Bank terhadap Kepercayaan pada nasabah *Internet Banking* BNI di Surabaya.
5. Untuk menguji signifikansi pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepercayaan yang dimediasi oleh Citra Bank pada nasabah *Internet Banking* BNI di Surabaya.
6. Untuk menguji signifikansi pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepercayaan yang dimediasi oleh Kepuasan pada nasabah *Internet Banking* BNI di Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang diharapkan dapat diperoleh dari penelitian ini adalah :

a. Bagi Penulis

Untuk mengimplentasikan pengetahuan penulis tentang ilmu yang diperoleh selama perkuliahan, khususnya bidang pemasaran perbankan.

b. Bagi Pihak Bank

Sebagai masukan kepada pihak Bank untuk memperbaiki layanan yang terkait dengan e-banking khususnya *Internet Banking*

c. Bagi peneliti lain

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi yang relevan bagi peneliti selanjutnya. Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan informasi dan pustaka bagi pihak yang membutuhkan.

1.5 Sistematika Penulisan

Secara garis besar, sistematika yang digunakan dalam penulisan penelitian ini adalah:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, manfaat penelitian dan sistematika penulisan proposal.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini menjelaskan mengenai penelitian terdahulu, landasan teori, kerangka penelitian dan hipotesis

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini 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 Relibilitas Instrumen Penelitian, serta teknik analisis data.

BAB IV : GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Pada bab ini akan membahas mengenai gambaran subyek penelitian yang digunakan dalam penelitian beserta analisis deskriptifnya, serta membahas data yang telah diolah dengan menggunakan alat uji statistik untuk mengetahui apakah hipotesis penelitian diterima atau ditolak dan dilakukan pembahasan terhadap hasil penelitian.

BAB V : PENUTUP

Bab ini adalah bab penutup dari penulisan skripsi yang menyimpulkan hasil dari analisis yang telah dilakukan. Disamping itu disertakan pula keterbatasan peneliti dalam melakukan penelitian, serta saran yang diharapkan mampu menjadi bahan pertimbangan bagi pihak yang terkait serta peneliti selanjutnya.