

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pada era modern ini perkembangan teknologi internet tumbuh semakin pesat setiap harinya. Internet banyak mengubah cara hidup masyarakat dari segi manapun. Mulai dari cara berkomunikasi, berbelanja, bersosialisasi, belajar dan masih banyak lainnya. Salah satu yang termasuk dalam perubahan akibat adanya internet yaitu layanan elektronik. Layanan elektronik pada era modern ini sudah banyak dikenal sebagai salah satu penentu utama keberhasilan dalam bisnis elektronik. Dalam Nuseir, et al. (2010) Boyer mendefinisikan layanan elektronik sebagai semua layanan interaktif yang disampaikan di internet menggunakan teknologi telekomunikasi, informasi dan multimedia yang canggih. Padahal kurang dari satu dekade yang lalu, internet adalah sebuah keingintahuan yang menghadirkan pertanyaan menarik tentang arah masa depan manajemen operasi layanan. Sejak itu layanan yang disampaikan melalui internet dengan cepat muncul sebagai kelas penting dari operasi layanan.

Selain itu, sektor perbankan juga telah memanfaatkan pertumbuhan ini secara maksimal, dengan membangun berbagai saluran distribusi untuk menarik pelanggan yang paham teknologi, meningkatkan prospek bisnis, dan menjaga loyalitas konsumen. (George & Kumar, 2014). Oleh karena itu, ponsel adalah pendekatan yang menuntut waktu dari sektor perbankan untuk memberikan layanan keuangan dan menciptakan nilai bagi konsumen dalam transaksi perbankan melalui berbagai jenis saluran komunikasi nirkabel (Taghavi-Fard & Torabi, 2011). Integrasi layanan internet ini telah menyebabkan munculnya *mobile banking* (m-banking). M-banking merupakan suatu bentuk dari perbankan elektronik serta dianggap sebagai metode alternatif dan inovatif dimana pelanggan dapat mengakses dan memanfaatkan berbagai layanan perbankan melalui saluran dengan berinteraksi dan menyelesaikan transaksi terkait bank kapanpun dan

dimanapun seperti memeriksa saldo, memeriksa status rekening, mentransfer uang, melakukan pembayaran tagihan dan investasi. M-banking mengacu pada sistem yang memungkinkan nasabah bank untuk mengakses rekening mereka dan informasi umum tentang produk dan layanan bank melalui perangkat seluler (Sagib, G.K. & Zapan, B., 2014). Maka dari itu, dapat diketahui bahwa m-banking tidak seperti perbankan konvensional, karena pelanggan akan berinteraksi dengan aplikasi dan hal tersebut membuat sistem perbankan lebih hemat biaya dan membantu membangun hubungan yang lebih sehat dengan pelanggan. M-banking juga dikatakan telah menyebar ke seluruh dunia dan telah membawa perubahan positif dari persepsi nasabah serta banyak muncul dalam berbagai aplikasi *e-commerce* berupa kerjasama dalam sistem pembayaran yang tersedia.

Kepuasan pelanggan juga berhubungan langsung dengan dimensi kualitas pelayanan (Silvestri et al., 2017). Di sisi lain, beberapa dampak perilaku seperti komitmen, retensi pelanggan, membangun ikatan, meningkatkan toleransi pelanggan dan pengaruh positif dari mulut ke mulut terhadap kepuasan pelanggan (Oh & Kim, 2017). Ozkan, et al. (2020) menyimpulkan bahwa kualitas layanan merupakan elemen paling vital bagi kemajuan industri layanan m-banking. Intinya, perusahaan penyedia layanan menawarkan berbagai dimensi layanan yang mengarah pada kepuasan pelanggan dan pengaruh kepuasan pelanggan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan (Kaur & Soch, 2018). Kotler & Keller (2016) juga menekankan bahwa kepuasan pelanggan penting untuk kesuksesan dan kinerja bisnis.

Seperti layanan lainnya, pelanggan layanan elektronik juga harus dapat menilai kualitas layanan elektronik untuk membuat keputusan pembelian yang tepat. Karena kemampuan untuk mengakses informasi yang dapat dipercaya tentang kualitas layanan sangat penting sebab kualitas yang buruk dari banyak layanan elektronik telah didokumentasikan (Nuseir et al., 2010). Berdasarkan hal tersebut tingginya tingkat penggunaan m-banking membuat penelitian mengenai kualitas layanan m-banking menjadi sangat penting untuk dilakukan. Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa kualitas layanan yang diberikan dalam proses

penggunaan dapat berjalan sesuai harapan pelanggan, serta perusahaan dan pelaku bisnis dapat memperoleh pengetahuan penting untuk menerapkan strategi operasi yang lebih baik, khususnya pada perbankan di Indonesia.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas, variabel-variabel yang digunakan adalah *service quality*, *customer satisfaction* dan *customer loyalty*. Maka dalam penelitian ini rumusan masalah dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah faktor-faktor *mobile banking service quality* akan berpengaruh terhadap *customer satisfaction*?
2. Apakah faktor-faktor *mobile banking service quality* akan berpengaruh terhadap *customer loyalty*?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dengan perumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini antara lain:

1. Untuk mengetahui pengaruh *mobile banking service quality* terhadap *customer satisfaction*.
2. Untuk mengetahui pengaruh *mobile banking service quality* terhadap *customer loyalty*.

## 1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Pada penelitian ini diharapkan dapat menjelaskan tentang faktor *service quality* di sektor perbankan terutama *mobile banking* yang dapat mempengaruhi *customer satisfaction* dan *customer loyalty*. Penelitian ini dapat menjadi referensi dalam penelitian selanjutnya ataupun sebagai acuan untuk penelitian terkait berikutnya.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi perbankan untuk mengetahui tentang faktor *mobile banking service quality* apa saja yang

berpengaruh terhadap *customer satisfaction* dan *customer loyalty*. Sehingga diharapkan para pengelola perbankan dapat menentukan keputusan manajemen mengenai *service quality* dengan tepat sehingga dapat meningkatkan kinerja perusahaan dalam berupa memenuhi kepuasan pelanggan dan menimbulkan loyalitas pelanggan. Penelitian ini juga dapat digunakan sebagai acuan dalam penelitian yang sama namun dalam jenis sektor perbankan yang berbeda seperti *electronic banking*.

### **1.5 Sistematika Penelitian**

Untuk memudahkan pembahasannya, maka penulis melakukan pembagian bab sebagai berikut:

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

Pada bab ini berisikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

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

Pada bab ini berisikan teori-teori yang melandasi atau berkaitan dengan penelitian ini, hasil penelitian terdahulu, kerangka penelitian dan menguji hipotesis.

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

Pada bab ini berisikan desain penelitian, lokasi penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan, variabel penelitian, metode pengumpulan data, metode pengukuran data dan metode analisis data.

#### **BAB IV: ANALISIS DATA**

Pada bab ini berisikan analisis deskriptif, pengukuran model reflektif (*outer model*) yang meliputi uji validitas berupa validitas konvergen, validitas diskriminan dan uji reliabilitas, Berisikan pula pengukuran model struktural (*inner model*), uji hipotesis dan pembahasan.

#### **BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini berisikan kesimpulan, keterbatasan penelitian dan saran.