

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi di sektor jasa keuangan telah meningkat pesat dalam beberapa tahun terakhir dan telah terjadi di mana-mana tanpa terkecuali (Ayinaddis et al., 2023). Mayoritas bank sudah mulai mengadopsi penggunaan layanan perbankan elektronik untuk bertransaksi seiring dengan bertiupnya angin perubahan (Ayinaddis et al., 2023). Untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat, industri perbankan harus memberikan pelayanan yang terbaik kepada pihak-pihak yang membutuhkan jasa perbankan dan harus mengikuti perubahan teknologi dalam penyediaan jasa perbankan untuk memudahkan pelaksanaan transaksi. Salah satu jenis teknologi yang digunakan oleh bank untuk memudahkan transaksi nasabah adalah *mobile banking*.

Mobile banking (m-banking) telah menjadi salah satu layanan terpenting dalam kehidupan kita sehari-hari karena memungkinkan nasabah bank dapat dengan mudah melakukan transaksi perbankan kapan saja, di mana saja. *Mobile banking (m-banking)* mengacu pada layanan yang disediakan oleh bank dan lembaga keuangan lainnya yang memungkinkan nasabah untuk melakukan transaksi keuangan dari jarak jauh menggunakan ponsel mereka. Banyak bank menawarkan aplikasi luar biasa yang memungkinkan nasabah mengakses rekening bank, investasi, dan layanan dukungan dengan satu ketukan di perangkat mereka.

M-banking tidak seperti perbankan konvensional karena nasabah yang dapat berinteraksi dengan aplikasi, menjadikan sistem perbankan lebih menguntungkan dan membantu menciptakan hubungan nasabah yang lebih sehat. Di satu sisi, penggunaan *m-banking* juga mempunyai kelemahan yaitu ketergantungannya pada ketersediaan jaringan seluler operator. Apabila ruang

kosong atau tidak ada jaringan, maka layanan *m-banking* tidak dapat disediakan.

Kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) umumnya mengacu pada respon pelanggan terhadap situasi yang dihadapi dan evaluasi pelanggan terhadap situasi yang dihadapi (Al, 2023). Kepuasan elektronik didefinisikan sebagai kebahagiaan pelanggan karena pengalaman yang baik dalam layanan elektronik. Oleh karena itu, kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) adalah perasaan senang atau tidak puasnya pelanggan setelah mereka menyampaikan perbedaan produk/jasa dari harapannya. (Al, 2023). Berdasarkan definisi tersebut dan dalam konteks penelitian ini, kepuasan nasabah adalah suatu sikap nasabah yang terbentuk sebagai respon terhadap penggunaan segala jenis layanan komputer perbankan. Oleh karena itu, kualitas *m-banking* dapat meningkatkan, menurunkan atau mempertahankan kepuasan nasabah yang sama. Kualitas layanan elektronik memiliki hubungan yang stabil dan positif dengan kepuasan pelanggan. Sejumlah penelitian tambahan menunjukkan adanya hubungan antara kepuasan pelanggan dan kualitas layanan *m-banking*. Tingkat kepuasan nasabah di sektor perbankan meningkat ketika menggunakan layanan *m-banking* (Hammoud et al., 2018)

Keandalan, efisiensi, dan kemudahan penggunaan; daya tanggap dan komunikasi; serta keamanan dan privasi memiliki dampak yang signifikan terhadap kepuasan nasabah, dengan keandalan menjadi dimensi yang memiliki dampak paling kuat di antara nasabah bank di sektor perbankan Lebanon (Hammoud et al., 2018). Penelitian lain yang dilakukan oleh Hussien dan Abd El Aziz (2013) juga mengungkapkan dimensi kualitas seperti keandalan secara langsung mempengaruhi kepuasan pengguna layanan sehingga memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Keamanan *mobile banking* didefinisikan sebagai ancaman yang menciptakan situasi, kondisi atau peristiwa yang dapat menyebabkan kesulitan dalam memperoleh data atau sumber daya jaringan, yang mengakibatkan kerusakan, pengungkapan, modifikasi data, penipuan dan penyalahgunaan (Usman et al., 2020). Ketika nasabah memutuskan untuk menggunakan

layanan *m-banking*, secara tidak langsung nasabah menghadapi risiko keamanan (Martins et al., 2014). Nasabah rentan mengalami kerugian apabila memberikan informasi sensitif, seperti informasi kartu debit dan kredit, nomor identifikasi unik, nomor kontak, id email pada saat transaksi secara *online*. Perlu diingat semakin rendah persepsi risiko keamanan dalam menggunakan layanan *m-banking*, semakin tinggi kemungkinan seseorang akan bersedia menggunakannya (Farzianpour et al., 2014).

Menurut Madu dan Madu (2002) dalam Hammound (2018), responsif adalah ketersediaan untuk mendukung klien bank dan memberikan layanan yang cepat. Layanan semacam ini dapat dibagi menjadi empat bentuk. Pertama, sistem *m-banking* dapat mengontrol dan mengoperasikan layanan dengan benar. Kedua, saluran *m-banking* dapat membimbing pelanggan menuju prosedur yang tepat dalam kasus operasi yang gagal. Ketiga, itu juga dapat mencakup solusi cepat untuk setiap kemungkinan kesalahan dalam transaksi *m-banking*. Keempat dengan adanya layanan secara responsif dapat mendukung pertanyaan pelanggan dengan jawaban di tempat.

Penelitian sebelumnya menunjukkan kepuasan pelanggan dalam menggunakan layanan *m-banking* dipengaruhi secara positif oleh persepsi manfaat (Rawwash et al., 2020). Penelitian lain yang dilakukan oleh Andre et al., (2021) menemukan persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, dan kesiapan teknologi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian sebelumnya menunjukkan faktor-faktor kualitas layanan (*services quality*) seperti keandalan (*reliability*), keamanan dan privasi (*security and privacy*), serta responsivitas dan komunikasi (*responsiveness and communication*) dalam layanan *m-banking* berkontribusi positif terhadap kepuasan pelanggan. Namun, data yang dikumpulkan pada penelitian sebelumnya berorientasi kepada seluruh masyarakat di Lebanon. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan (*service quality*) seperti seperti keandalan (*reliability*), keamanan dan privasi (*security and privacy*), serta responsivitas dan komunikasi (*responsiveness and communication*) terhadap kepuasan nasabah (*customer satisfaction*) dengan

berfokus kepada mahasiswa yang menggunakan *m-banking* dari suatu bank tertentu.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, variabel-variabel yang digunakan adalah *reliability*, *security*, *perceived usefulness*, *customer satisfaction*. Maka dalam penelitian ini rumusan masalah dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah efisiensi dalam kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan *mobile banking*?
2. Apakah reliabilitas dalam kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan *mobile banking*?
3. Apakah keamanan dan privasi dalam kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan *mobile banking*?
4. Apakah respon dan komunikasi dalam kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan *mobile banking*?

1.3. Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih spesifik dan fokus, peneliti membuat batasan sebagai berikut:

1. *Service Quality*: Kualitas layanan dalam *m-banking* mengacu pada seberapa baik platform atau aplikasi *mobile banking* memberikan pengalaman yang memuaskan kepada pengguna. Hal ini meliputi berbagai aspek, seperti kecepatan atau efisiensi dalam bertransaksi, keamanan dan kerahasiaan data pelanggan, ketersediaan layanan, kemudahan penggunaan, dan dukungan pelanggan.
2. *Efficiency*: Efisiensi dalam *m-banking* adalah kemampuan sistem untuk menyelesaikan transaksi dengan cepat dan dengan sedikit atau tidak ada kesalahan. Faktor-faktor yang mempengaruhi efisiensi *m-banking* antara

lain adalah kecepatan transaksi, ketepatan data, dan kemampuan sistem untuk memproses transaksi secara otomatis.

3. *Reliability*: Perusahaan memberikan layanan yang tepat pada waktu yang tepat dan memenuhi janjinya. Konsumen akan merasa ketidaknyaman dan kesulitan dalam melakukan berbagai aktivitas sehari-hari jika layanan *m-banking* tidak stabil.
4. *Security and privacy*: Keamanan *mobile banking* didefinisikan sebagai ancaman yang menciptakan situasi, kondisi atau peristiwa yang dapat menyebabkan kesulitan dalam memperoleh data atau sumber daya jaringan, yang mengakibatkan perusakan, pengungkapan, modifikasi data, penipuan dan penyalahgunaan. Keamanan adalah isu utama dalam manajemen perbankan komersial dan relevan dengan berbagai aktivitas perbankan. Selain itu konsumen akan ingin percaya rahasia dan keamanan data pribadi pelanggan saat menggunakan layanan *m-banking*.
5. *Responsiveness and communication*: *Responsiveness* dalam *m-banking* adalah kemampuan sistem untuk menanggapi permintaan nasabah dalam waktu yang singkat dan efisien. Faktor-faktor yang mempengaruhi *responsiveness m-banking* antara lain adalah ketepatan sistem untuk menanggapi permintaan nasabah, ketepatan sistem untuk menyediakan informasi yang relevan, dan ketepatan sistem untuk menanggapi permintaan nasabah dalam waktu yang singkat.
6. *Customer satisfaction*: Perasaan senang atau kecewa seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) pemikiran suatu produk dengan hasil kinerja yang diharapkan. Pelanggan mengira produk yang berkualitas tinggi dan sesuai dengan harapan mereka. Pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang baik, ramah, dan memuaskan. Pelanggan mencari produk yang berharga sesuai dengan kualitas dan manfaat yang diberikan. Pelanggan merasa bahagia dengan pengalaman yang diberikan oleh perusahaan, seperti kenyamanan berbelanja, kelangsungan, dan kemudahan mengakses produk.

1.4. Tujuan Penelitian

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

1. Untuk mengetahui pengaruh efisiensi dalam kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan *mobile banking*.
2. Untuk mengetahui pengaruh reliabilitas dalam kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan *mobile banking*.
3. Untuk mengetahui pengaruh keamanan dan privasi dalam kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan *mobile banking*.
4. Untuk mengetahui respon dan komunikasi dalam kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan *mobile banking*.

1.5. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Pada penelitian ini diharapkan dapat menjelaskan tentang faktor *efficiency, reliability, security and privacy, responsiveness and communication* di sektor perbankan terutama *mobile banking* yang dapat mempengaruhi *customer satisfaction*. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan, wawasan, dan dapat dijadikan bahan rujukan untuk penelitian yang sejenis oleh akademisi pada masa mendatang.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi perbankan untuk mengetahui tentang faktor *efficiency, reliability, security and privacy, responsiveness and communication* yang berpengaruh terhadap *customer satisfaction*. Para pengelola perbankan diharapkan dapat menentukan keputusan manajemen mengenai *service quality* dengan tepat sehingga dapat meningkatkan kinerja perusahaan dalam berupa memenuhi kepuasan pelanggan. Penelitian ini juga diharapkan dapat bermanfaat bagi nasabah untuk lebih bisa mempercayai layanan *mobile banking*. Penelitian ini juga dapat digunakan sebagai acuan dalam penelitian yang sama namun dalam jenis sektor perbankan yang berbeda seperti *mobile banking*.

1.6. Sistematika Pembahasan

Penulisan ini menggunakan sistematika sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika laporan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan mengenai dasar-dasar teori yang mendukung penelitian. Bab ini juga menyajikan penelitian terdahulu yang menjadi pedoman penelitian, kerangka penelitian dan hipotesis.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menguraikan bentuk penelitian, lokasi penelitian, populasi dan sampel, data penelitian, metode pengumpulan data, instrument penelitian, metode pengujian instrumen, dan metode analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan hasil penelitian yang disesuaikan dengan pendekatan, pembahasan yang berisi sub bahasan yang dapat digabung menjadi satu kesatuan atau dipisah menjadi sub bahasan tersendiri.

BAB V PENUTUP

Bab ini menguraikan kesimpulan hasil penelitian, implikasi manajerial, dan saran-saran dari peneliti serta keterbatasan penelitian.