

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1. Profil Perusahaan *Bank Central Asia* (*BCA*)

PT Bank Central Asia adalah bank swasta terbesar di Indonesia. Bank ini didirikan pada 21 Februari 1957 dengan nama Bank Central Asia NV dan pernah menjadi bagian penting dari Sali Group. Sekarang bank ini dimiliki oleh salah satu grup perusahaan rokok terbesar di dunia, Djarum.

Bank Central Asia hadir di tengah masyarakat Indonesia dan tumbuh menjadi salah satu bank terbesar di Indonesia, selama hampir 60 tahun kami tak pernah berhenti menawarkan beragam solusi perbankan yang menjawab kebutuhan finansial nasabah dari berbagai kalangan.

Melalui beragam produk dan layanan yang berkualitas dan tepat sasaran, solusi finansial BCA mendukung perencanaan keuangan pribadi dan perkembangan nasabah bisnis. Didukung oleh kekuatan jaringan antar cabang, luasnya jaringan ATM, serta jaringan perbankan elektronik lainnya, siapa saja dapat menikmati kemudahan dan kenyamanan berintraksi yang ditawarkan Bank Central Asia.

Sesuai dengan komitmen “senantiasa di sisi anda”, kami akan terus berupaya menjaga kepercayaan dan harapan nasabah serta para pemangku kepentingan. Memenangkan kepercayaan untuk memberikan solusi terbaik bagi kebutuhan finansial para nasabah adalah suatu kehormatan dan kebanggaan bagi Bank Central Asia.

Kenyamanan, keamanan, dan keandalan adalah prioritas utama kami saat memberikan layanan finansial bagi seluruh nasabah BCA. Kami bertekad untuk terus menjadi pemimpin di industri perbankan nasional yang berkontribusi besar bagi perekonomian Indonesia. Proses penyempurnaan yang berkelanjutan memastikan kami dalam menyediakan layanan yang terbaik bagi nasabah, memenuhi kebutuhan finansial nasabah yang terus berkembang, serta selalu terdepan memanfaatkan perkembangan teknologi terkini.

Berkat upaya-upaya tersebut BCA berhasil mencetak nilai tertinggi versi majalah SWA di ajang Indonesia's Top 100 Most Valuable Brands 2018. Konsistensi BCA dalam berinovasi mendapat apresiasi dengan terpilih menduduki peringkat empat di antara merek milik perusahaan publik di Indonesia. Sebagai informasi Indonesia's Top 100 Most Valuable Brands 2018 menentukan peringkat berdasarkan *Brand Strength index* (BSI). Data untuk peringkat tersebut diperoleh dari informasi perusahaan, *Bloomberg*, laporan tahunan perusahaan serta riset Brand finance. Pt Bank Central Asia (BCA) memiliki beragam cara pengelolaan komunikasi yang antara lain dilakukan melalui akun linkedin PT Bank Central Asia Tbk. Komunikasi dilakukan untuk menginformasikan aktifitas BCA dalam wadah komunitas lokal (*local community*) maupun layanan informasi kepada masyarakat atau pengguna linkedln.

Akun linkedln PT Bank Central Asia Tbk bersifat umum, yang berarti masyarakat atau pengguna linkedln dapat melihat semua postingan (informasi, saran / pendapat, gambar) yang ada pada akun linkedln PT Bank Central Asia Tbk dan sebaliknya pula semua orang dapat melihat postingan yang ada sampaikan pada akun linkedln PT Bank Central Asia Tbk serta postingan Anda dapat ditampilkan di mesin pencari (seperti google atau yahoo). BCA berhak untuk menghapus postingan yang tidak sesuai dengan panduan pengguna Akun Linkidln PT Bank Central Asia Tbk.

Mengingat Akun Linkedln PT Bank Central Asia Tbk. Bersifat umum dan setiap orang dapat berpartisipasi, BCA tidak bertanggung jawab atas segala postingan yang ditampilkan pada Akun Linkedln PT Bank Central Asia Tbk kecuali, postingan yang dikeluarkan secara resmi oleh BCA. Kami menyerahkan agar postingan yang berhubungan dengan BCA dilakukan dengan ketentuan.

1.1.2 Logo Perusahaan Bank Central Asia (BCA)

Sejak berdiri di tahun 1957 BCA menggunakan logo yang sama. Seiring perubahan lingkungan, tantangan dan peluang bisnis, kini tampilan logo diperbaharui dengan konsep grafis yang disebut blueliner (laporan tahunan BCA 2016)

Pada gambar 1.1 merupakan logo dari Bank Central Asia. Yang menggunakan konsep grafis blueliner



Gambar 1. 1 Logo Bank Central Asia

Sumber : Arsip BCA 2016

Aplikasi Blueliner mencerminkan semangat baru BCA dalam upaya mewujudkan visi dan misi korporasi. Implementasi konsep Blueliner yang terdapat pada Gambar 1.1 merupakan keseimbangan dedikasi dan kontribusi BCA terhadap industri perbankan khususnya dan perekonomian indonesia pada umumnya

1.1.3 Produk dan Layanan

Produk dan layanan BCA terus melakukan pengembangan bisnis terutama pada perbankan elektronik dengan memperkenalkan Debit BCA, Internet Banking, Klik BCA, Mobile banking BCA, Edc Bizz, dan lain lain, Tahun 2014, BCA memperkuat bisnis perbankan transaksi melalui pengembangan produk dan layanan yang inovatif, diantaranya adalah aplikasi mobile banking pada samrtphone (BCA, 2016)

Berikut beberapa jenis produk dan layanan yang ditawarkan oleh BCA :

- a. Simpanan : Produk simpanan BCA yaitu tahapan BCA, Tahapan Xpresi, Tahapan Gold, Tapres, Tabunganku, BCA Dollar, Deposito Berjangka.
 - b. Kartu Kredit : Merupakan Fasilitas Kartu Kredit yang diterbitkan oleh BCA
 - c. Pinjaman : Ada beberapa jenis Pinjaman yaitu kredit kendaraan bermotor, Kredit Pemilikan apartemen, Kredit pemilikan rumah, KPR refinancing, KPR Xtra, Kredit sepeda motor.
 - d. Remittance : ada beberapa jenis produk remittance yaitu Outward Remittance dan Inward Remittance.
 - e. Layanan asuransi : jenis layanan asuransi yaitu Maxi Kid Investa, Maxi Health, Maxi Legacy, Maxi retirement, Provisa Max
 - f. Perbankan Elektronik : BCA Mobile, Klik BCA, ATM BCA, Debit BCA , Tunai BCA, Flazz, SMS Top Up, Call Center, Internet Banking.
- Banyaknya produk dan layanan yang ditawarkan BCA, Layanan Mobile Banking pada Mobile Device ini akan memudahkan untuk mengetahui informasi mengenai produk-produk yang lainnya dan dapat digunakan siapa saja dan dimana saja cukup dengan nasabah sesuai dengan device antara Android, IOS, Windows Phone dan Blackberry (BCA .2016)

Pada tabel 1.1 adalah fitur yang menjelaskan dalam penggunaan layanan mobile banking BCA yang akan digunakan oleh para nasabah BCA

Tabel 1. 1 Fitur Menggunakan Layanan Mobile Banking BCA

No	Katagori	Layanan
1	M-Info	<ul style="list-style-type: none"> - Informasi saldo - Mutase rekening - Info kode bank - Infokode perusahaan - Info saldo dan transaksi kartu kredit BCA
2	M-Transfer	Transfer ke rekening BCA maupun Bank lain

3	M-Payment	Pembayaran tagihan kartu kredit, PLN , handphone, telepon, asuransi, pendidikan dan lain-lain
4	M-Commerce	Pembelian, Pembayaran e-commerce. Transfer dana ,Informasi rekening administrasi.
5	M-Admin	Aktivasi, ganti pin
6	Klik BCA	Pembelian pembayaran e-commerce, transfer dana , informasi rekening, administrasi.
7	Info BCA	BCA promo, aplikasi online, lokasi cabang, dan ATM BCA, reward BCA, sambungan langsung ke Halo BCA via telepon.

Sumber : BCA 2016

1.1.4 Visi dan Misi Perusahaan

Kenyamanan, keamanan, dan keandalan adalah prioritas utama kami saat memberikan layanan finansial bagi seluruh nasabah BCA. Kami bertekad untuk terus menjadi pemimpin di industri perbankan nasional yang berkontribusi besar bagi perekonomian Indonesia.

1. Visi

Bank pilihan utama andalan masyarakat, yang berperan sebagai pilar penting perekonomian Indonesia.

2. Misi

1. Membangun institusi yang unggul di bidang penyelesaian pembayaran dan solusi keuangan bagi nasabah bisnis dan perseorangan.
2. Memahami beragam kebutuhan nasabah dan memberikan layanan finansial yang tepat demi tercapainya kepuasan optimal bagi nasabah.
3. Meningkatkan nilai finansial dan nilai stakeholder BCA

1.2 Latar Belakang Penelitian

Era digital membuat perubahan besar pada perusahaan untuk menghantarkan nilai bagi pelanggan. Perkembangan teknologi telah mampu membuat mobilitas kegiatan manusia menjadi lebih mudah dan cepat. Internet

merupakan media informasi yang tidak bisa lepas dari kehidupan masyarakat saat ini. Perkembangan internet di Indonesia. Jumlah ini menunjukkan sekitar 34,9% penduduk Indonesia telah menggunakan internet. Hasil survey tersebut telah menunjukkan peningkatan dari tahun sebelumnya, pengguna internet di Indonesia pada (APJII :2017).

Jasa Internet Indonesia pada venue acara yang merilis hasil survei jumlah dan perilaku pengguna internet di Indonesia 2017 tak mampu menampung jumlah undangan yang banyak sekali. Lepas soal banyak hasil yang menarik yang pantas di sajikan. Secara umum survei ini menyebutkan, jumlah pengguna internet di Indonesia. Yang mana pengguna internet di Indonesia mencapai 143,26 juta pengguna, dan jumlah penduduk Indonesia mencapai 262 juta penduduk, dengan nilai penetrasi antara perempuan dan laki-laki sebanyak 54,68 persen. (APJII, 2017)

Tabel 1.2 Menggambarkan mengenai jumlah persentase penggunaan internet dari setiap wilayah di Indonesia dari mulai pulau Jawa, Sumatra, Sulawesi, Kalimantan, Bali-Nusa, Maluku-Papua.

Tabel 1. 2 Pengguna Internet Berdasar Wilayah

Wilayah pengguna internet	Komposisi	Penetrasi
Pulau Jawa	58,08%	57,70%
Pulau Sumatera	19,09%	47,20%
Pulau Sulawesi	6,73%	46,70%
Pulau Kalimantan	7,97%	72,19%
Pulau Bali-Nusa	5,63%	54,23%
Pulau Maluku-Papua	2,49%	41,98%

Sumber: APJII 2017

Dari jumlah penetrasi penggunaan internet di Indonesia berdasarkan wilayah di atas, menggambarkan peningkatan dari tahun 2016 yang total pengguna internet terdapat 132,7 jt jiwa dan pada tahun 2017 mencapai 143,26 jt jiwa pengguna internet. Dari hasil di tahun 2017 terdapat perbedaan dari

tingkat penggunaan internet, dari mulai tingkat penggunaan internet terendah hingga pengguna internet terbesar. Dari Pulau Jawa menempati nilai pengguna internet terbesar di Indonesia dari komposisi 58,08% dan penetrasi 57,70%. Dari angka tersebut sudah menggambarkan bahwa para penduduk di pulau Jawa sangat cepat dan sangat butuh atau antusias dalam peran menggunakan internet, dalam artian aliran network yang sangat padat di pulau Jawa.

Berkaitan dengan suatu jaringan internet yang dapat menghubungkan suatu kegiatan perbankan pada saat ini dan banyaknya inovasi dalam mengembangkan proses bertransaksi perbankan kini hadir *Mobile Banking* merupakan terobosan yang menarik karena dapat dilakukan 24 jam dan transaksi perbankan dapat dilakukan dimana saja, selama nasabah dapat mengakses *Mobile Banking* dengan menggunakan internet. Nasabah tidak perlu membawa uang keluar dan datang ke bank atau ke ATM untuk membayar tagihan kartu kredit atau tagihan lainnya, sehingga dapat terhindar dari hal-hal yang tidak diinginkan kini mulai memanjakan nasabahnya dengan mengurangi kegiatan konvensional dari perbankan (Santoso, 2015). Hasil survei di Indonesia.

Tabel 1.3 Merupakan total pertumbuhan pengguna *Mobile Banking* dari lima bank (BCA, Mandiri, BRI, BNI, CIMB Niaga). Dan pengguna *Mobile Banking* dari beberapa Bank di Indonesia yang menggunakan *Mobile-Banking* berdasarkan data dari Top Brand Awards 2018 f bisa dilihat pada table berikut

Tabel 1.3 Jumlah Pengguna Mobile-Banking

Nama bank	TBI
M-BCA	49.5%
M-Banking Mandiri	17.8%
BRI Mobile	14.6%
BNI Mobile	11.4%
CIMB Niaga Mobile	3.3%

Sumber: (Top Brand Award, 2018)

Dari tabel di atas menurut Top Brand Award 2018 m-banking BCA memiliki persentase yang besar dari ke 4 kompetitor perbankan yang ada di Indonesia pada di tahun 2018. Dengan persaingan yang sangat ketat itulah setiap bank harus mempunyai *performance* yang dapat dilihat dari segi promosi. Walaupun *Mobile Banking* yang tersedia hampir semuanya memiliki fitur-fitur yang mirip namun setiap bank tentunya daya tarik sendiri bagi kalangan para nasabah dalam memilih layanan *Mobile Banking* yang telah tersedia.

Dari salah satu Bank Indonesia yang menerapkan sistem layanan *Mobile Banking* adalah Bank Central Asia (BCA). BCA merupakan bank pertama yang meluncurkan sistem layanan *Mobile Banking* di Indonesia (Ganjar,M, 2015). *Mobile banking* BCA atau yang lebih dikenal dengan *BCA Mobile*, memberikan pilihan transaksi yang lebih efisien dan nyaman. *BCA Mobile* mengintraksi jaringan *Internet Banking* (klik BCA) dan jaringan *Mobile* yang terdahulu (m-bca) dalam satu *Interface*, menurut (Rahayu, 2015) Proses *BCA Mobile* ini tidak hanya berhubungan dengan bank, akan tetapi juga melibatkan teknologi telepon seluler dengan penggunaannya sehingga dengan adanya *BCA Mobile* ini dapat memberikan keuntungan tersendiri bagi operator seluler.


Layanan perbankan digital yang inovatif merupakan salah satu keunggulan BCA yang mendorong kepuasan dan loyalitas nasabah. Kenyamanan, kemudahan, dan keamanan dalam bertransaksi telah menciptakan kepercayaan nasabah yang tinggi pada BCA “ kata senior *Vice President Transaction Banking Business Development* BCA (Alam Wangsawijaya, 2015). Karena hal tersebut, BCA terus proaktif melakukan inovasi produk dan layanan. Guna mempertahankan kekuatan brand di era *Digital Banking* agar nasabah bisa menikmati transaksi secara cepat, mudah, aman, dan nyaman. Komitmen ini ini didasarkan upaya kami untuk tetap menjadi yang terdepan dalam menyediakan teknologi terkini guna mendukung layanan solusi perbankan *Multi Channel* yang terintegrasi.

Salah satu faktor yang akan di teliti di penelitian ini adalah kepuasan nasabah yang bisa mengakibatkan naik turunnya jumlah pengguna *Mobile Banking* pada produk layanan bank BCA. Kepuasan nasabah di dalam penggunaan layanan

Mobile Banking juga bisa dilihat dari banyak nya data-data keluhan yang hadir pada layanan *Mobile Banking* pada bank tersebut. Data keluhan-keluhan itu bisa di ambil dan di lihat dari sumber mana saja, mulai dari social media, email. Dan lain-lain. Namun penulis di dalam pengambilan data keluhannya dari. Ulasan *BCA mobile di Google play store*. Berikut hasil dari ulasan keluhan dari beberapa pengguna *mobile banking* BCA yang di rangkum oleh penulis.

Seperti gambar 1.2 dan 1.3 yang menggambarkan hasil survei yang dilakukan keluhan pengguna *Mobile Banking* BCA.


1. Keluhan nasabah melalui ulasan *mobile* BCA di *Google play store*
 - a. Nasabah BCA mengeluhkan tidak bias *login* pada saat menggunakan *mobile banking*



Rusdian Hasbi
★★★★★ 23 September 2019

M bca ketika masukan pin trouble, lalu tiba2 harus login menu awal input 16 no.atm tapi selalu gagal, instal ulang 6x plus login di hp lain tetap tidak bisa (kartu sim satu dengan nomer yang sama), ada pulsanya. SETING perijinan di hp sudah aktif semua, sampai upgrade kartu atm tetap tidak bisa. Semua saran dari twitter bca chat di halo bca sudah dilakukan, telfon halo bca 3x selalu sibuk, mengecewakan sudah 2minggu lebih.


22



Dewi Hafsiah
★★★★★ 21 September 2019

mbanking sekarang suka keluar n minta dimasukin lagi no bin bca tp pas di instal ulang tetep gabisa login tiap masukin no bin bca malah keluar terus n ngeblenk malah kemenu pertama, pulsa ada nomer yg di daftarkan sudah di slop utama tp tetep gabisa login,mohon solusinya 🙏

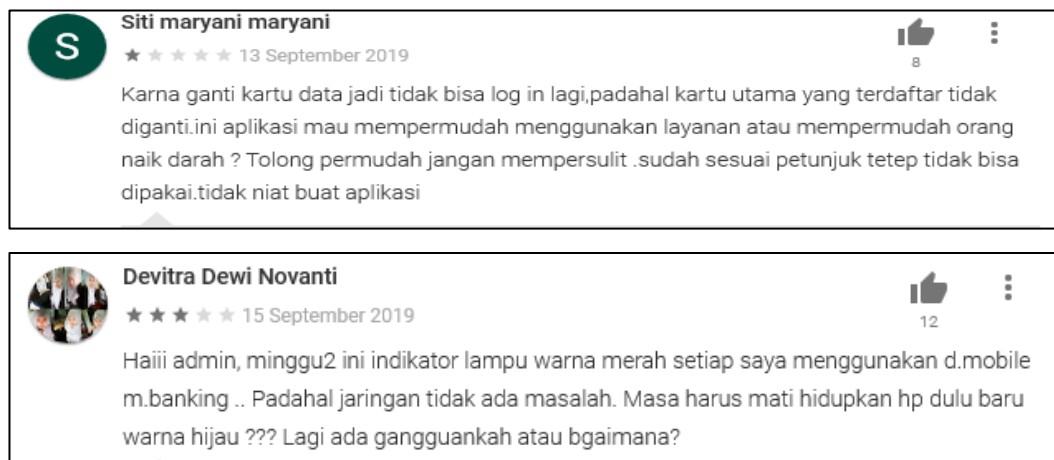
11



Dee Zhan
★★★★★ 10 September 2019

mau tanya min,apakah aplikasi ini sedang error? soalnya mbanking yg saya pake udah bertahun2,baru kali ini alami hal seperti ini,,tidak bisa masuk,udah saya uninstall install,buka sim dipasang lagi,jg udh dicoba hubungi kebank terdekat dan telfon ke halo bca,begitu juga dengan pengaturan semua udah diizinkan,tapi setiap masukkan 16digit kartu keluar lagi dan ulang terus menerus,udah belasan hari terakhir begitu,sampai sekarang belum bisa juga

11

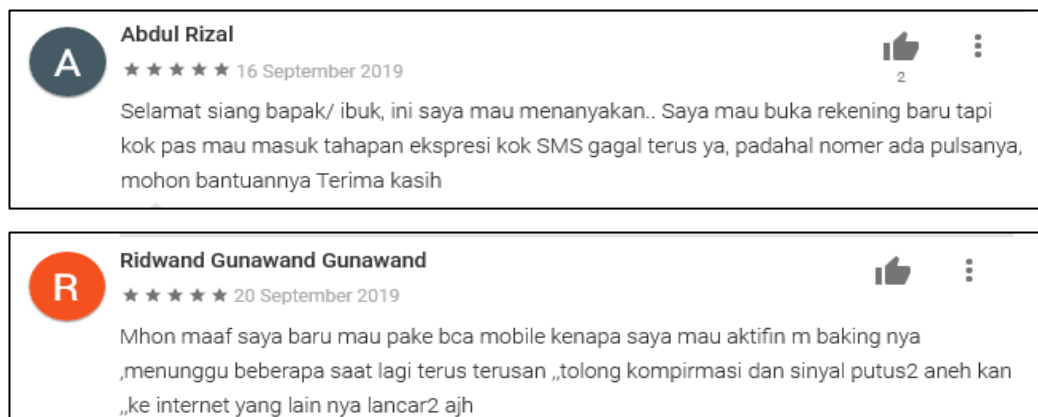


Gambar 1. 2 Keluhan Pengguna Mobile Banking BCA Hasil dari Ulasan mobile BCA di Google Play Store

Sumber: Google Play Store.Com

- b. Nasabah BCA mengeluhkan *system error* pada saat menggunakan *mobile banking* BCA.





Gambar 1. 3Keluhan Pengguna Mobile Banking BCA Hasil dari Ulasan mobile BCA di Google Play Store

Sumber: Google Play Store.Com

Berdasarkan data diatas mengenai keluhan nasabah melalui ulasan dari *mobile* BCA di *Google Play Store*. Hal tersebut menunjukkan penulis mengambil kesimpulan masih ada nasabah yang merasakan *bad experience* terhadap penggunaan *mobile banking* BCA di Bandung.

Kepuasan dan loyalitas pelanggan merupakan hal yang menjadi perhatian khusus oleh Bank BCA dalam memberikan layanan terhadap nasabah (Laporan Tahunan Bank BCA, 2015) oleh karena itu, dalam mencapai kepuasan nasabah, kualitas layanan merupakan kunci dari ukuran kepuasan nasabah. Jika kinerja gagal memenuhi ekpektasi, pelanggan akan puas, jika kinerja melebihi ekpektasi. Pelanggan akan sangat puas dan senang (kotler & keller, 2015).

Fitur keamanan menjadi salah satu isu penggunaan *Mobile Banking* hal ini setalah para ahli keamanan secara umum setuju bahwa *Mobile Banking* lebih aman daripada *Online Banking* karena sangat sedikit *Virus* yang torjan yang menyerang *Smartphone*, namun demikian pengguna *Mobile Banking* BCA ternyata lebih rentan diserang penipuan (Abadi, 2015). Beberapa hal kualitas layanan dari *Mobile Banking* BCA yang dapat terjadi menyebabkan masalah atau keamanan yang rentan pada layanan terssebut.

Penelitian ini berusaha untuk meneliti pengaruh pelayanan dan kepuasan pengguna *mobile banking* terhadap loyalitas nasabah pada bank BCA di Bandung.

Penelitian ini menggunakan variabel pelayanan dan kepuasan *Mobile Banking* sebagai variabel independent (bebas). Sedangkan untuk variabel dependen (terikat), penelitian ini menggunakan variabel loyalitas nasabah *Mobile Banking* BCA.

Alasan memilih BCA karena bank BCA merupakan market *Leader Mobile Banking* pada sektor perbankan di Indonesia. Dengan adanya *teatle* sebagai *leader mobile banking*, tetapi *mobile banking* BCA memiliki permasalahan yang terjadi di dalam system dan pengoprasiaannya, menurut data dan tanggapan yang saya dapat melalui ulasan *mobile* BCA di *Google play store*. Dan memilih Bandung sebagai Batasan penelitian yang dilakukan penulis, dengan adanya keluhan yang terjadi pada pengguna *mobile banking* BCA di Bandung dan dengan adanya survei dari data Mars Indonesia, kota Bandung memiliki persentase 33% dari indikator survei “pengguna *mobile banking* BCA” menjadi yang terendah dari 4 kota (Surabaya(33,5%), Jakarta(39,2%), Medan(51,5%), Semarang(56,8%)) yang diteliti dari sebagian kota yang ada di Indonesia. Maka dari itu untuk mengakomodasi itu semua dilakukanlah penelitian dengan judul “ **Pengaruh *E-Servqual* dan kepuasan *Mobile Banking* Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank BCA di Bandung** “

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian adapun masalah penelitian ini adalah dengan semakin meningkatnya pengguna *Mobile Banking* yang sangat memudahkan nasabah perbankan dalam melakukan transaksi. Namun kualitas layanan dalam *Mobile Banking* masih kurang dalam meyakinkan para nasabah untuk menggunakan layanan tersebut, beberapa dari 5 kota besar di Indonesia yang mengetahui *Mobile Banking* lebih banyak dibandingkan dengan yang sudah menggunakan *Mobile Banking* dalam bertransaksi, salah satu nya di kota Bandung.

Perbankan sebagai salah satu penyedia jasa keuangan di Indonesia juga turut mengembangkan inovasi *Mobile Banking* untuk memudahkan nasabah dalam bertransaksi. Keandalan (*Reliability*) dari sistem *Mobile Banking* perlu diperhatikan untuk dapat membuat nasabah mendapatkan informasi yang jelas dan akurat dari layanan sistem tersebut. Informasi yang diberikan layanan tersebut kepada nasabah

tidak selalu dapat dimengerti oleh pengguna *Mobile Banking* karena keterbatasan sistem layanan tersebut.

Adanya keterbatasan itu membuat pengelola layanan *Mobile Banking* menanggapi (*Responsiveness*) jika sewaktu-waktu informasi yang diberikan pengelola perbankan tidak mencukupi apa yang diinginkan nasabah. Daya tanggap yang diberikan oleh perbankan dari layanan *Mobile Banking* belum sepenuhnya dapat ditanggapi oleh pihak bank, baik itu melalui telephone maupun dari layanan personal chat pada customer service. Walaupun masih rentang pada sistem keamanan tersebut, kenyamanan (*Convenience*) pada *Mobile Banking* memang memudahkan para nasabah untuk melakukan transaksi dimanapun. Akan tetapi, kenyamanan ini masih dapat menimbulkan sedikit masalah karena adanya masa atau perbaikan sistem yang dilakukan pihak bank yang tidak memberitahukan informasi tersebut pada nasabah.

Kemudahan dari layanan *Mobile Banking* dapat memberikan efek yang baik bagi nasabah, karena nasabah akan mudah untuk mengakses transaksi dari *Smartphone* dalam memberikan layanan yang efisien (*Efficiency*). Nasabah akan cepat mencari informasi yang diinginkan berkaitan dengan transaksi maupun mutasi rekening, akan tetapi tidak semua nasabah. Dapat mendapatkan kemudahan layanan yang efisien ini karena untuk menggunakannya harus mempunyai *Smartphone* dan harus mengunduh layanan tersebut.

Mobile Banking yang diperuntukan untuk memudahkan para nasabahnya untuk mengakses transaksi mereka menggunakan *Smartphone* harus mengerti bagaimana mengoperasikan layanan tersebut (*Easiness to Operate*). Layanan *Mobile Banking* memudahkan nasabah dalam mengoperasikan berbagai macam transaksi, namun tidak semua transaksi dapat dilakukan oleh *Mobile Banking* karena masih ada beberapa transaksi yang belum dapat dilakukan dalam layanan tersebut.

(*Assurance and Security*) mendefinisikan sebagai kemampuan dalam menyampaikan kepercayaan dan keyakinan, hal ini meliputi keterampilan dalam memberikan keamanan dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan nasabah dalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan dari *Mobile Banking*.

1.4 Pertanyaan Penelitian

Adapun rumusan pertanyaan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana *Efficiency Mobile Banking* BCA menurut tanggapan nasabah bank BCA di Bandung ?
2. Bagaimana *Responsiveness Mobile Banking* BCA menurut tanggapan nasabah bank BCA di Bandung ?
3. Bagaimana *Reliability Mobile Banking* BCA menurut tanggapan nasabah bank BCA di Bandung ?
4. Bagaimana *Conviniency Mobile Banking* BCA menurut tanggapan nasabah BCA di Bandung ?
5. Bagaimana *Easy to Operate Mobile Banking* BCA menurut tanggapan nasabah BCA di Bandung ?
6. Bagaimana *Assurance and Security Mobile Banking* BCA menurut tanggapan nasabah BCA di Bandung ?
7. Bagaimana *E-Servqual mobile banking* terhadap loyalitas nasabah pada bank BCA di Bandung ?
8. Bagaimana kepuasan nasabah BCA yang menggunakan layanan *Mobile Banking* terhadap loyalitas nasabah bank BCA di Bandung ?

1.5 Tujuan Penelitian

Suatu penelitian dilakukan tentunya akan memiliki beberapa tujuan. Adapun tujuan dilakukanya penelitian ini adalah untuk mengkaji :

1. Mengetahui *Efficiency Mobile Banking* BCA menurut tanggapan nasabah Bank BCA di Bandung.
2. Mengetahui *Responsiveness Mobile Banking* BCA menurut tanggapan nasabah bank BCA di Bandung.
3. Mengetahui *Reliability Mobile Banking* BCA menurut tanggapan nasabah bank BCA di Bandung.
4. Mengetahui *Conviniency Mobile Banking* BCA menurut tanggapan nasabah BCA di Bandung.

5. Mengetahui *Easy to Operate Mobile Banking* BCA menurut tanggapan nasabah BCA di Bandung.
6. Mengetahui *Assurance and Security Mobile Banking* menurut tanggapan nasabah BCA di Bandung.
7. Mengetahui bagaimana *E-Servqual* terhadap loyalitas nasabah pada bank BCA di Bandung .
8. Mengetahui kepuasan nasabah BCA yang menggunakan layanan *Mobile Banking* terhadap loyalitas nasabah bank BCA di Bandung.

1.6 Ruang Lingkup Penelitian

Objek penelitian ini adalah layanan *Mobile Banking* pada bank BCA dari Bank Central Asia, dimana studi kasus adalah pada pengguna layanan *Mobile Banking* BCA di Bandung. Waktu dan periode penelitian ini mulai dilakukan bulan Januari 2019 sampai dengan bulan Agustus 2019.

1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Sistematika penulisan ini memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan, maka disusunlah suatu sistematika penulisan yang berisi informasi mengenai materi dan hal yang dibahas dalam tiap-tiap bab. Adapun sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari gambaran umum, latar belakang penelitian, perumusan masalah, pertanyaan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini terdiri dari rangkuman teori-teori terkait penelitian, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini terdiri dari karakteristik penelitian, alat pengumpulan data, tahapan pelaksanaan penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data validitas dan reliabilitas, teknik analisis data dan pengajuan hipotesis dan uji penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan tentang uraian hasil penelitian dan pembahasan secara kronologis dan sistematis sesuai dengan perumusan masalah dan tujuan penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menyajikan pemaknaan dan penafsiran peneliti terhadap hasil analisis temuan penelitian yang disajikan dalam bentuk kesimpulan penelitian dan saran yang merupakan implikasi dari kesimpulan yang berhubungan dengan masalah dan alternatif