

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Perusahaan

PT Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk (selanjutnya disebut “BNI”) pada awalnya didirikan di Indonesia sebagai Bank sentral dengan nama “Bank Negara Indonesia” berdasarkan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang No. 2 tahun 1946 tanggal 5 Juli 1946. BNI merupakan Bank BUMN (Badan Usaha Milik Negara) pertama yang menjadi perusahaan publik setelah mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Jakarta dan Bursa Efek Surabaya pada tahun 1996.

Saat ini, 60% saham BNI dimiliki oleh Pemerintah Republik Indonesia, sedangkan 40% sisanya dimiliki oleh masyarakat, baik individu maupun institusi, domestik dan asing. BNI kini tercatat sebagai Bank nasional terbesar ke-4 di Indonesia hal tersebut dilihat dari total aset, total kredit maupun total dana pihak ketiga. Dalam memberikan layanan finansial secara terpadu, BNI didukung oleh sejumlah perusahaan anak, yakni Bank BNI Syariah, BNI Multifinance, BNI Sekuritas, BNI Life Insurance, dan BNI Remittance. BNI menawarkan layanan penyimpanan dana maupun fasilitas pinjaman baik pada segmen korporasi, menengah, maupun kecil. Beberapa produk dan layanan terbaik telah disesuaikan dengan kebutuhan nasabah sejak kecil, remaja, dewasa, hingga pensiun.

Sejarah BNI memperlihatkan jejak langkah perusahaan dari awal berdiri hingga sekarang. Dalam perjalanannya BNI telah melakukan beberapa perubahan identitas perusahaan, pada tahun 2015 BNI melakukan restatement visi yaitu “Menjadi Lembaga Keuangan yang unggul dalam layanan dan kinerja secara berkelanjutan” dalam rangka menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan usaha yang dinamis guna memenuhi kebutuhan seluruh pemangku kepentingan dan menyelaraskan dengan regulasi terkait pengelolaan konglomerasi lembaga keuangan. Perubahan visi BNI membawa perusahaan untuk menciptakan produk dan layanan baru yang mendukung terwujudnya tujuan perusahaan, BNI memiliki berbagai produk E-Banking seperti BNI

SMS Banking, BNI Internet Banking, BNI Mobile Banking, Tapcash, BNI iPay, BNI smartpay, EDC BNI, QRIS.

1.1.2 Logo Perusahaan BNI



Gambar 1. 1 Logo PT. Bank Negara Indonesia
Sumber : bni.co.id

PT Bank Negara Indonesia meluncurkan logo baru pada tahun 2004 yang dimaksudkan untuk menciptakan suatu identitas yang tampak lebih segar, lebih modern, dinamis, serta menggambarkan posisi dan arah organisasi yang baru guna membangun citra bank yang kokoh dalam menghadapi persaingan. Identitas tersebut merupakan ekspresi brand baru yang tersusun dari simbol 46 dan kata BNI. Makna logo BNI terdiri dari beberapa bagian sebagai berikut :

a. Penggunaan Huruf

Huruf BNI dibuat dalam warna turquoise baru, untuk mencerminkan kekuatan, otoritas, kekokohan, keunikan, dan citra yang lebih modern. Huruf tersebut dibuat secara khusus untuk menghasilkan struktur yang orisinal dan unik.

b. Simbol 46

Angka 46 merupakan simbolisasi tanggal kelahiran BNI, sekaligus mencerminkan warisan sebagai bank pertama di Indonesia. Dalam logo ini, angka 46 diletakkan secara diagonal menembus kotak berwarna jingga untuk menggambarkan BNI baru yang modern.

c. Palet warna korporat telah didesain ulang, namun tetap mempertahankan warna korporat yang lama, yakni turquoise dan jingga. Warna turquoise yang digunakan pada logo baru ini lebih gelap, kuat mencerminkan citra yang lebih stabil dan kokoh. Warna jingga yang baru lebih cerah dan kuat, mencerminkan citra lebih percaya diri dan segar.

1.1.3 Visi dan Misi Perusahaan

Berikut ini adalah visi dan misi yang dimiliki oleh PT Bank Negara Indonesia (Persero) :

a. Visi

Menjadi Lembaga Keuangan yang terunggul dalam layanan dan kinerja secara berkelanjutan

b. Misi

1. Memberikan layanan prima dan solusi digital kepada seluruh Nasabah selaku Mitra Bisnis pilihan utama
2. Memperkuat layanan internasional untuk mendukung kebutuhan Mitra Bisnis Global
3. Meningkatkan nilai investasi yang unggul bagi investor
4. Menciptakan kondisi terbaik bagi karyawan sebagai tempat kebanggaan untuk berkarya dan berprestasi
5. Meningkatkan kepedulian dan tanggung jawab kepada lingkungan dan masyarakat
6. Menjadi acuan pelaksanaan kepatuhan dan tata kelola perusahaan yang baik bagi industri.

1.1.4 Deskripsi Layanan BNI Mobile Banking



Gambar 1. 2 Tampilan dan Layanan BNI Mobile Banking
Sumber : bni.co.id

Tuntutan akan kecepatan dan kemudahan membuat sektor perbankan terus berinovasi, BNI Mobile Banking kini hadir dengan lebih *fresh, user friendly* dan memiliki banyak fitur baru. BNI Mobile Banking adalah salah satu fasilitas layanan perbankan yang memudahkan pelanggannya untuk bertransaksi

langsung melalui smartphone secara aman, mudah, dan cepat. BNI Mobile Banking memberikan layanan transaksi informasi saldo, transfer, pembayaran tagihan telepon, pembayaran kartu kredit, pembayaran tiket pesawat, pembelian pulsa, pembukaan rekening Taplus, pembukaan rekening Deposito, dan lain-lain. BNI Mobile Banking juga dapat diaktifasikan dan digunakan untuk bertransaksi diluar negeri.

Aplikasi terbaru BNI Mobile Banking bisa anda dapatkan di App Store atau Google Play oleh Google Play oleh Android minimum versi 5.1 (Lollipop) atau Iphone OS (iOS) minimum versi 11. Berikut merupakan fitur-fitur BNI Mobile Banking :

a. Rekeningku

Fitur rekeningku berisi layanan mengenai rekening tabungan dan giro, deposito dan Tapenas, pinjaman, DPLK, investasi dan pembukaan rekening.

b. Transfer

Fitur ini berisi layanan transfer BNI, antar bank, kliring, dana pensiun, *virtual account billing*, dan *international remittance*.

c. Pembayaran

Fitur ini berisi layanan pembayaran tagihan seperti kartu kredit, listrik, pegadaian, biaya pendidikan, asuransi, tiket kereta api, tiket penerbangan, BPJS kesehatan dan ketenagakerjaan, dan pembayaran lain yang bekerjasama dengan BNI.

d. Pembelian

Fitur ini berisi layanan top up LinkAja, voucher Prabayar telepon, token listrik, top up agen penerbangan, top up Tapcash, Top Up Go-Pay, Paket Data dan voucher TV berlangganan.

e. Investasi

Fitur ini berisi layanan SBN Ritel dan reksadana

f. Produk dan Jasa Lainnya

Fitur ini berisi layanan BNI debit online (VCN), aktivasi transaksi kartu di luar negeri, Pertamina LPG 3kg, pencairan deposito, bukti transaksi, ubah PIN kartu debit, dan pelunasan haji reguler.

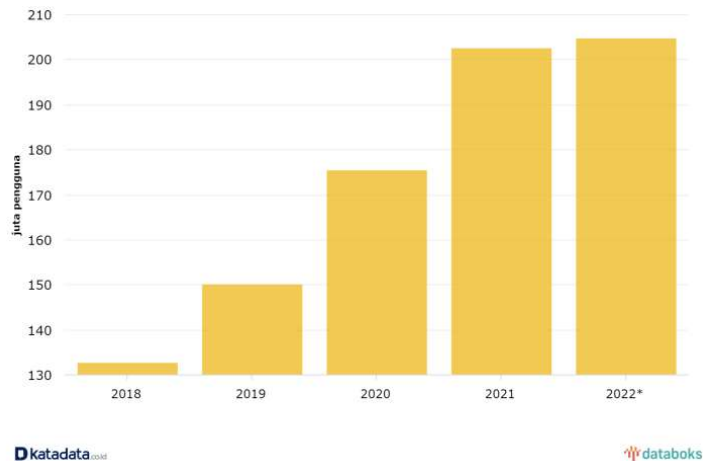
g. Administrasi

Fitur ini berisi layanan ubah MPIN, ubah password, hapus daftar favorit, dan blokir kartu debit.

1.2 Latar Belakang

Dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dalam negeri, perbankan yang merupakan lembaga perantara keuangan pastinya mengambil peran sebagai pendorong yang menggerakkan perekonomian pada berbagai sektor. Pasalnya, perbankan berperan di semua aktivitas ekonomi, termasuk sektor penggerak utama Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia (ojk.go.id,2022). Kemajuan teknologi mengubah aspek kehidupan manusia dari yang sebelumnya era konvensional kini menjadi lebih canggih atau yang sering disebut dengan era digital. Perkembangan teknologi dan informasi yang semakin cepat mengakibatkan hampir seluruh aspek kehidupan memerlukan bantuan teknologi dimana hal tersebut mampu membuat mobilitas kegiatan manusia menjadi lebih mudah, cepat dan praktis terhadap gaya hidup sehari-hari.

Kemajuan dalam sistem berbasis teknologi telah membentuk cara baru bagi organisasi untuk berkomunikasi dengan klien mereka. Berkembangnya ilmu mengenai teknologi dan informasi membantu dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari yang semakin kompleks sehingga mendorong seluruh masyarakat untuk mampu beradaptasi secara cepat dengan perubahan yang terjadi. Dengan inovasi ini dalam industri jasa, tepatnya industri perbankan menghadapi revolusi besar dalam menjangkau nasabahnya. Pada era teknologi dan informasi, internet menjadi bagian paling penting dalam kehidupan sehari-hari. Pasalnya internet saat ini telah menjadi dasar untuk tiap bisnis dan praktiknya bagi suatu perusahaan yang kini banyak digunakan untuk proses dalam berbisnis akan terus mengalami perkembangan yang membuat terciptanya berbagai macam inovasi yang dapat mempermudah berkomunikasi hingga mempercepat proses bisnis.



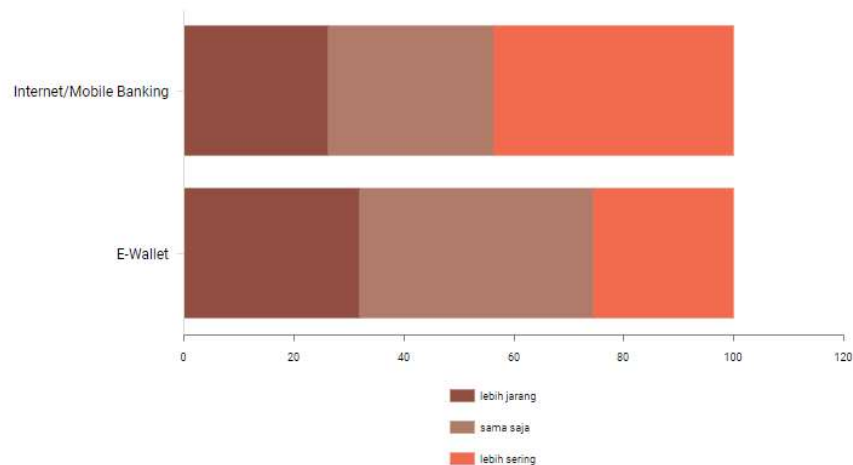
Gambar 1. 3 Pengguna Internet di Indonesia per Januari 2022
 Sumber : Databoks,2022

Hasil survei menunjukkan bahwasannya pengguna internet di Indonesia sebanyak 204,7 juta pengguna per Januari 2022. Jumlah pada tahun ini naik sebesar 1,03% dibandingkan dengan tahun sebelumnya yang tercatat sebanyak 202,6 juta. Tren jumlah pengguna internet di Indonesia terus meningkat dalam lima tahun terakhir. Jika dibandingkan dengan tahun 2018, saat ini jumlah pengguna internet nasional sudah melonjak sebesar 54,25%.

Tingkat penetrasi internet di Indonesia mencapai 73,7% dari total penduduk pada awal 2022. Tercatat total penduduk Indonesia berjumlah 277,7 juta orang pada Januari 2022. Pada 2018 tingkat penetrasi internet di Tanah Air baru mencapai 50% dari total penduduk. Artinya, tingkat penetrasi internet nasional sudah meningkat cukup pesat dalam beberapa tahun belakangan. Dengan banyaknya jumlah pengguna internet yang setiap tahunnya mengalami eskalasi, tentunya berdampak kepada perkembangan ekonomi khususnya sektor perbankan yang lebih maju ke arah digital. Ekonomi digital yang dimaksud yaitu transformasi penggunaan uang kertas menjadi uang elektronik, selain itu penerapan *intelligence banking* dengan memanfaatkan teknologi *Artificial Intelligence (AI)* mendorong pendapatan melalui peningkatan personalisasi layanan kepada pelanggan dan karyawan. Tuntutan akselerasi digital semakin mendorong perubahan ekspektasi publik akan layanan keuangan yang cepat, efisien dan aman serta dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja. Dengan kemudahan yang ditawarkan tersebut pelayanan perbankan telah banyak melakukan inovasi melalui sistem digital sehingga semakin banyak masyarakat yang menggunakan uang elektronik.

Kondisi demikian mengharuskan perbankan untuk menempatkan transformasi digital sebagai prioritas dan salah satu strategi dalam upaya peningkatan daya saing antar Bank.

Otoritas Jasa Keuangan telah mengeluarkan peraturan nomor 12 /POJK.03/2018 Tentang Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital oleh Bank Umum, pengertian digital *banking* atau perbankan digital adalah layanan perbankan elektronik yang dikembangkan dengan mengoptimalkan pemanfaatan data nasabah dalam rangka melayani nasabah secara lebih cepat, mudah, dan sesuai dengan kebutuhan (*customer experience*), serta dapat dilakukan secara mandiri sepenuhnya oleh nasabah, dengan memperhatikan aspek pengamanan (ojk.go.id,2022). Menteri Koordinator Bidang Perekonomian Airlangga Hartarto menyatakan bahwa ekonomi digital di Indonesia meraih posisi tertinggi di Asia Tenggara, nilai ekonominya di tahun 2021 tercatat sekitar USD 70 Miliar, dan diperkirakan mampu mencapai USD 146 miliar pada tahun 2025 (kominfo.go.id,2022). Hal tersebut disebabkan karena adanya perubahan perilaku dari masyarakat Indonesia yang sudah mulai banyak beralih ke mode pembayaran digital sebagai solusi mudah dalam melakukan berbagai transaksi nontunai.



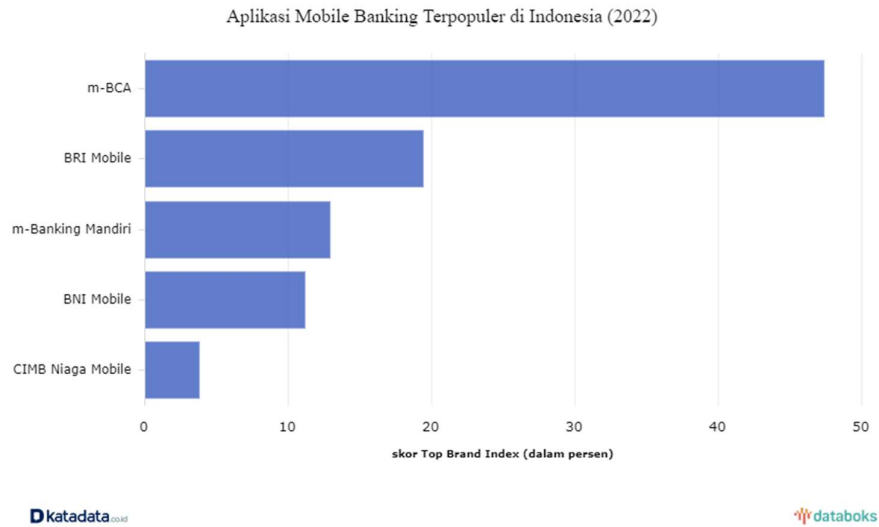
Gambar 1. 4 Penetrasi Digital Perbankan yang Sering Di Gunakan Di Indonesia
Sumber : Databoks, 2020

Berdasarkan visualisasi pada hasil survei diatas menyatakan bahwasannya penetrasi digital semakin masif di sektor perbankan khususnya layanan digital seperti internet/*mobile banking* dan *e-wallet* pun menjadi lebih sering digunakan. Tercatat 43,6% responden yang mengaku lebih sering menggunakan fitur internet/*mobile banking*. Sementara 25,6% responden menyatakan lebih sering menggunakan *e-wallet*.

Responden menggunakan mobile banking untuk berbagai alasan, aplikasi mobile banking disebut-sebut praktis dan mudah digunakan sebagai salah satu dari tiga alasan utama. Selain bisa menghemat waktu, aplikasi ini juga terbilang *user-friendly*. Responden menggunakan *mobile banking* untuk *top up* dompet marketplace dan *e-wallet* serta transfer uang ke rekeningnya, sehingga pengguna lebih sering menggunakan dan memakai aplikasi *mobile banking* untuk memproses beragam transaksi dibandingkan dengan *e-wallet* (Kompas.com, 2022)

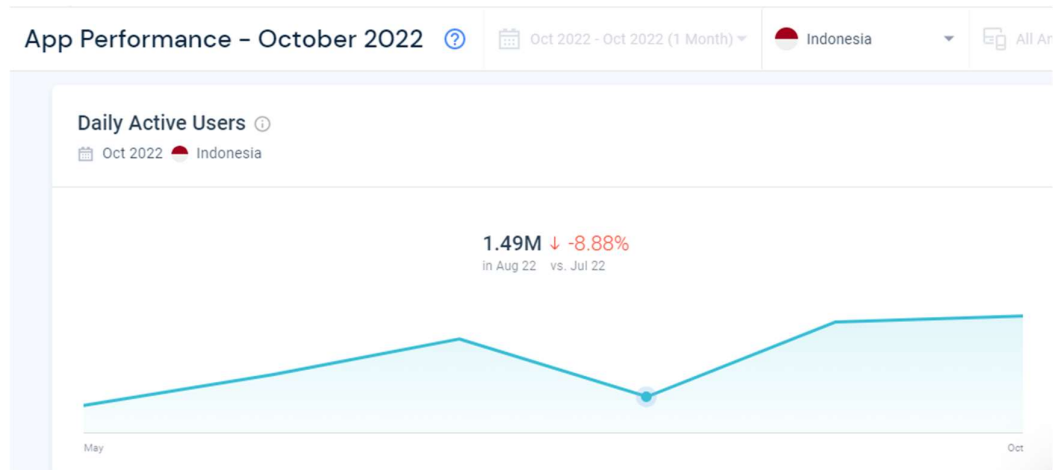
Di Indonesia sudah banyak bank yang mengembangkan layanan *mobile banking*, salah satunya adalah Bank Negara Indonesia (BNI) yang juga memiliki platform digitalnya sendiri yaitu BNI Mobile Banking. Nasabah dapat menggunakannya dengan cara mengunduh aplikasinya melalui *App Store* ataupun *Google Play* pada *smartphone* masing-masing. Saat ini PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk mencatat jumlah pengguna mobile banking sebesar 11,8 juta pada Mei 2022. Adapun realisasi ini tumbuh 32% jika dibandingkan dengan periode yang sama tahun lalu (*year-on-year/yoy*). BNI Mobile Banking merupakan *product champion* milik BNI yang menjadi sumber pendapatan dan pencetak laba perseroan, seperti 2021 dengan pembukuan laba bersih sebesar Rp 10,89 triliun atau tumbuh 232,2 persen. Laba bersih tersebut dihasilkan dari pendapatan operasional sebelum pencadangan tumbuh 14,8 persen (*yoy*), sehingga sebesar Rp 31,06 triliun (Republika.co.id,2022).

Layanan mobile banking ini juga telah dilakukan survei *Top Brand Index* yang menunjukkan posisi persaingan industri perbankan pada inovasi jasa perbankan serta layanan elektronik bagi para penggunanya. Pengukuran pada *Top Brand Index* ini menggunakan tiga parameter, yaitu pertama *Top of mind*, kesadaran akan merek dimana berkaitan dengan merek pertama yang disebutkan oleh responden saat kategori produk diutarakan. Kedua *Last usage* yaitu penggunaan terakhir atau merek terakhir yang digunakan oleh responden dalam satu siklus pembelian ulang. Ketiga *Future intention* yaitu keinginan responden untuk menggunakan produk merek tersebut di masa depan. Dengan menghitung rata-rata terbobot masing-masing parameter, dihasilkan skor *Top Brand Index* (TBI) sebagai berikut :



Gambar 1. 5 Aplikasi Mobile Banking Terpopuler di Indonesia (2022)
 Sumber : Databoks,2022

Dengan sistem penilaian tersebut, aplikasi *mobile banking* besutan Bank Central Asia (BCA), yaitu m-BCA, memperoleh skor TBI sebesar 47,4%, tertinggi dibanding para pesaingnya. Di peringkat kedua ada BRI *Mobile* dengan skor TBI 19,4%. Diikuti *m-banking* Mandiri 12,9% dan BNI *Mobile* 11,2%. Sementara itu, CIMB Niaga *Mobile* tercatat memiliki skor TBI terendah dalam daftar ini, yakni 3,8%. Hasil survei tersebut menunjukkan bahwasannya BNI *Mobile Banking* menduduki peringkat keempat yang artinya itu mengindikasikan bahwa ada faktor yang menyebabkan produk BNI *Mobile Banking* bisa kalah bersaing dengan produk m-BCA dan BRI *Mobile* meskipun kita ketahui bahwasannya BNI adalah bank komersil pertama di Indonesia namun belum berhasil menempati posisi pertama pada kualitas dan pelayanan sehingga tidak menjamin adanya loyalitas dan kepuasan pada pengguna BNI *Mobile Banking*. Perusahaan sebaiknya terus memberikan kepuasan kepada penggunanya dan terus berupaya bagaimana menciptakan segala sesuatu yang diharapkan dan dibutuhkan oleh pengguna agar tidak berpindah ke bank lain. Loyalitas dapat terbentuk apabila pengguna merasa puas dan tingkat layanan yang diterima sesuai dengan harapan pengguna.



Gambar 1. 6 Aktivitas Harian Pengguna BNI Mobile Banking
Sumber: pro.similarweb.com

Berdasarkan grafik diatas, aktivitas harian pengguna BNI *Mobile Banking* selama bulan April sampai dengan Oktober 2022 yakni terjadi penurunan penggunaan aplikasi pada bulan April ke Mei sebesar 10,96% atau sebanyak 1,47 juta. Pada bulan berikutnya yakni di bulan Juni terdapat peningkatan sebesar 5,24% menjadi 1,54 juta pengguna. Peningkatan tersebut terus berlangsung sampai dengan bulan Juli dengan presentase kenaikan 5,84% atau menjadi sebanyak 1,63 juta. Namun pada bulan Agustus kembali terjadi penurunan sebesar 8,88% sehingga pengguna yang beraktivitas menggunakan BNI *Mobile Banking* berkurang menjadi 1,49 juta pengguna. Pada bulan September terdapat peningkatan sebesar 12,6% menjadi 1,68 juta, kemudian peningkatan tersebut bertambah lagi sebesar 0,92% sehingga tercatat aktivitas pengguna harian BNI Mobile Banking di Indonesia menjadi sebanyak 1,69 juta sampai dengan bulan Oktober 2022.

Naik turunnya grafik data pengguna aktif harian aplikasi BNI *Mobile Banking* pada beberapa bulan tersebut mengindikasikan adanya pengguna yang belum loyal dikarenakan masih adanya penurunan di bulan-bulan tertentu. Survei terkait dengan loyalitas pengguna tersebut dilakukan secara menyeluruh di Indonesia. Yang dimana hal tersebut bisa saja terjadi karena adanya gap antara apa yang di butuhkan dengan yang di harapkan oleh pengguna. Loyalitas pengguna akan meningkat apabila tingkat kepuasan pengguna semakin tinggi dan layanan yang buruk dapat membuat pengguna kecewa yang akan mengakibatkan pengguna berpindah ke aplikasi *Mobile Banking* yang lain yang memiliki layanan lebih baik. Menurut Kotler dan Keller dalam (Adi Guna,I.P., 2022) kepuasan pengguna bergantung dari produk atau kualitas layanan

perusahaan, yang dimana pengguna akan merasa puas jika mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan harapannya.

Dikutip dari Merdeka.com, PT Bank Negara Indonesia (BNI) Tbk terus melakukan peningkatan layanan dan memperkuat produk layanan digital unggulan perusahaan salah satunya adalah BNI *Mobile Banking*. Namun pada kenyataannya tidak semua pengguna BNI *Mobile Banking* mendapatkan kualitas pelayanan yang memuaskan. Kualitas layanan yang dimaksudkan adalah kualitas layanan elektronik atau *electronic service quality*. Menurut Gotama & Indrawati (2019:147) kualitas layanan elektronik atau yang dikenal sebagai *e-service quality* merupakan evaluasi dan penilaian pelanggan secara keseluruhan mengenai keunggulan dan kualitas layanan pengiriman elektronik di pasar dunia maya. Berdasarkan *review* pada *app store* masih banyak pengguna yang mengeluhkan terkait *e-service quality* dari aplikasi BNI *Mobile Banking*. Hal tersebut didukung dengan data-data yang telah peneliti dapatkan terkait keluhan pengguna dari aplikasi BNI *Mobile Banking* sebagai berikut.

Tabel 1. 1 Keluhan Pengguna Aplikasi BNI Mobile Banking

| No. | Sumber/ Tanggal | Keluhan | Indikasi Persoalan |
|-----|--------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. | <i>App Store</i> / 22-04- 2022 | <p>Tidak memuaskan 22 Apr Husnimu ★☆☆☆☆</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aplikasi lemot - sering error koneksi terputus ketika transaksi - bug ketika copy paste, sangat merepotkan - sesekali force close - untuk error koneksi terputus dan force close ketika transaksi sangat berbahaya sekali kalau tidak check riwayat transaksi dulu sebelum melakukan transaksi ulang karena bisa transaksinya double - sangat tidak memuaskan sekali, berbanding jauh dari kompetitor swasta | Keluhan di samping mengindikasikan adanya persoalan pada variabel <i>E-Service Quality</i> terutama pada dimensi <i>Efficiency, fulfillment, privacy</i> dan <i>system availability</i> seta rendahnya kepuasan pengguna aplikasi BNI <i>Mobile Banking</i> |

| | | | |
|----|----------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2. | <i>App Store /</i> 21-07-2022 | <div style="background-color: #f0f0f0; padding: 5px;"> <p>Pelayanan buruk 21 Jul</p> <p>☆☆☆☆☆ suparmentara</p> <p>Gak ngerti lagi dah sama ini m bangking update trus tpi malah tambah masalah, saya tidak bisa login menggunakan biometric, harus login melalui mpin, sekrng mau login gak bisa selalu ada kendala mau ganti pass juga gak bisa, parah banget, kita yang lagi di luar gimna mau ngirim uang klo kayak gini. Mohon dengan sangat amat mohon dipermudah penggunaanya bukan di persulitt, maaf jika ada salah" kata Terimakasih.</p> </div> | Keluhan di samping mengindikasikan adanya persoalan pada variabel <i>E-Service Quality</i> terutama pada dimensi <i>fulfillment</i> dan <i>system availability</i> serta indikasi rendahnya kepuasan pengguna pada aplikasi <i>BNI Mobile Banking</i> |
| 3. | <i>App Store /</i> 01-08-2022 | <div style="background-color: #f0f0f0; padding: 5px;"> <p>BNI Bank dgn service paling buruk 1 Aug</p> <p>☆☆☆☆☆ oddetes</p> <p>Bank ter "hopeless" yang pernah saya pakai. Tidak membantu nasabah sama sekali. Blokir kartu karena dicopet tapi tidak bisa lihat transaksi terakhir. Mau tarik cash menggunakan buku tabungan harus menunjukkan kartu ATM. kan udah hilang dicopet ajeg. logika dimana bbi. stupidity, tlol. Belajar dari bank swasta, kalau gabisa belajar dari BRI. ajeg gedek. edit after reply: bagaimana dgn orang tua yang gaptek ? yg ga punya mBangking, internet banking, dll?? kecopetan di kota asing? ga bisa call CS gitu buat nanya kapan transaksi terakhir? bukan nanya sisa saldo. capedeehhh.</p> </div> | Keluhan di samping mengindikasikan adanya persoalan pada variabel <i>E-Service Quality</i> terutama pada dimensi <i>responsiveness</i> , <i>Privacy</i> , <i>contact</i> dan <i>Compensation</i> dan indikasi adanya tidak kepuasan pengguna terhadap pelayanan BNI |
| 4. | <i>App Store /</i> 19-09-2022 | <div style="background-color: #f0f0f0; padding: 5px;"> <p>Ngga banget 19 Sep</p> <p>☆☆☆☆☆ dekimuwi</p> <p>Pelayanan yang ngga ngebantu sama sekali, ribet transaksi, coba cll cs jawabannya ga helpful banget, parah nih BNI, tau kok rame karena lagi happening tapi apa iya pelayanan Bank Negara kaya begini, gak puas banget</p> </div> | Keluhan di samping mengindikasikan adanya persoalan pada variabel <i>E-Service Quality</i> terutama pada |

| | | | |
|----|--------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | | dimensi <i>system availability</i> , <i>fulfillment</i> , <i>contact</i> dan <i>responsiveness</i> serta rendahnya kepuasan pengguna aplikasi BNI <i>Mobile Banking</i> |
| 5. | <i>App Store /</i> 16-10- 2022 | <p>Tidak bisa registrasi id 16 Oct ndenko ★★★★★</p> <p>Sumpah ini mbanking terjelek yg ada diantara di semua bank yg ada di indonesia, padahal ini salah satu bank ternama. Mau registrasi id aja udah beberapa kali tidak bisa cuma sampe step 2 pas mau masukin otpnya ngga bisa. Sudah beberapa kali telpon ke kontak csnya tidak ada yg bisa bantu. Dateng ke banknya dari jam 07.30 udah jam 08.30 itu bank belum dibuka2 padahal di informasi depannya buka jam 08.00 tapi jam 08.30 belum dibuka2 juga. Sungguh mengecewakan Bank BNI</p> | Keluhan di samping mengindikasikan adanya persoalan pada variabel <i>E-Service Quality</i> terutama pada dimensi <i>fulfillment</i> , <i>system availability</i> , <i>responsiveness</i> , dan <i>contact</i> serta rendahnya kepuasan pengguna aplikasi BNI <i>Mobile Banking</i> |

Sumber: Data Olahan Peneliti,2022

Berdasarkan data keluhan pengguna yang telah penulis rangkum diatas menunjukan bahwasannya masih banyak keluhan yang dialami dan diutarakan dari pengguna terhadap aplikasi BNI *Mobile Banking*. Keluhan-keluhan tersebut menunjukkan masih adanya ketidakpuasan pengguna terhadap implementasi BNI *Mobile Banking*, sehingga hal tersebut masih menjadi penyebab rendahnya penggunaan aplikasi BNI *Mobile Banking* dan rendahnya tingkat presentase pada *Top Brand Index* sebagai data penunjang. *E-service quality* menjadi hal penting untuk menentukan berhasil atau gagalnya suatu transaksi elektronik dan juga menggambarkan bagaimana kinerja suatu aplikasi dalam memberikan pelayanan, memfasilitasi aktivitas transaksi online online, dan sebagainya (Santika & Pramudana, 2018:281).

Banyaknya keluhan dan kasus terhadap layanan BNI *Mobile Banking* ini juga memungkinkan berakibat pada penurunan loyalitas pengguna di seluruh wilayah Indonesia. Hal ini merupakan ancaman bagi BNI jika tidak dapat memperbaiki beberapa masalah yang menjadi keluhan pengguna dan jika BNI tidak dapat mempertahankan layanan yang sudah ada terhadap pesaing. Keluhan yang diutarakan pengguna dengan perasaan marah, kesal, dan kecewa tersebut dapat menimbulkan persepsi yang tidak baik di pikiran pelanggan lain yang akan menggunakan BNI *Mobile Banking*. Jika ulasan seperti diatas terus bertambah maka akan memperluas persepsi tidak baik layanan BNI *Mobile Banking* sehingga dapat menyebabkan keputusan pengguna untuk berpindah menggunakan *mobile banking* yang lain. Berdasarkan penelitian sebelumnya menjelaskan bahwa *e-service quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *e-customer loyalty*, artinya *e-service quality* memiliki peranan yang signifikan terhadap pembentukan *e-customer loyalty* dalam suatu layanan online (Cahaya & Siswanti, 2020).

Dalam kondisi ini, pengguna yang memiliki keterampilan teknologi data dapat dengan mudah menggunakan layanan internet untuk aplikasi BNI *Mobile Banking* dan para pengguna akan memiliki tingkat kepuasan yang lebih tinggi daripada yang lain. Menurut Kotler dan Keller (2017:196) mengemukakan bahwa *customer satisfaction* adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, maka pelanggan puas dan jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang. Ketika seseorang sudah sampai di titik puas dan senang, maka tidak akan beralih dan akan terus menggunakan aplikasi/produk tersebut serta bisa merekomendasikan ke orang lain yang artinya hal yang dilakukan tersebut merupakan salah satu contoh bentuk loyalitas.

Dalam penelitian ini, kecepatan dan kemudahan pengguna menggunakan aplikasi secara online (*efficiency*), *system availability*, *privacy*, *responsiveness*, *compensation*, *contact*, dan fitur layanan yang diberikan secara personal dapat memenuhi kebutuhan pengguna (*fulfillment*) dianggap sebagai tujuh komponen *e-service quality* yang mempengaruhi *e-customer satisfaction* dan *e-loyalitas* sehingga membantu sektor perbankan untuk menetapkan strategi pemasaran yang efektif,

membangun hubungan pelanggan jangka panjang dan mendapatkan keunggulan kompetitif.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana pengaruh kualitas layanan elektronik mobile banking pada bank BNI terhadap loyalitas melalui kepuasan pengguna di Indonesia secara menyeluruh, sehingga judul yang diangkat peneliti adalah “**Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap *E-Loyalty* Melalui *E-Satisfaction* Pengguna BNI Mobile Banking di Indonesia**”

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan sebelumnya, adapun perumusan masalah yang diangkat pada penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana *e-service quality* pada pengguna BNI *Mobile Banking* di Indonesia?
2. Bagaimana *e-satisfaction* pada pengguna BNI *Mobile Banking* di Indonesia?
3. Bagaimana *e-loyalty* pada pengguna BNI *Mobile Banking* di Indonesia?
4. Seberapa besar pengaruh *e-service quality* terhadap *e-satisfaction* pengguna BNI *Mobile Banking* di Indonesia?
5. Seberapa besar pengaruh *e-service quality* terhadap *e-loyalty* pengguna BNI *Mobile Banking* di Indonesia?
6. Seberapa besar pengaruh *e-satisfaction* terhadap *e-loyalty* pengguna BNI *Mobile Banking* di Indonesia?
7. Seberapa besar pengaruh *e-service quality* terhadap *e-loyalty* melalui *e-satisfaction* pengguna BNI *Mobile Banking* di Indonesia?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang sudah dijelaskan sebelumnya, adapun tujuan penelitian ini adalah untuk melakukan penyajian dan menganalisis:

1. *E-service quality* pengguna BNI *Mobile Banking* di Indonesia
2. *E-satisfaction* pengguna BNI *Mobile Banking* di Indonesia
3. *E-loyalty* pengguna BNI *Mobile Banking* di Indonesia
4. *E-service quality* terhadap *e-satisfaction* pengguna BNI *Mobile Banking* di Indonesia
5. *E-service quality* terhadap *e-loyalty* pengguna BNI *Mobile Banking* di Indonesia

6. *E-satisfaction* terhadap *e-loyalty* pada pengguna BNI Mobile Banking
7. *E-service quality* terhadap *e-loyalty* melalui *e-satisfaction* pada pengguna BNI Mobile Banking

1.5 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara langsung maupun tidak langsung kepada pihak-pihak yang berkepentingan, dalam hal ini dapat dilihat dari dua aspek sebagai berikut :

1.5.1 Aspek Praktis

a. Bagi Pihak Perbankan

Penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai sumber daya dalam mengembangkan strategi pemasaran, khususnya untuk layanan *mobile banking* yang dapat mempengaruhi loyalitas pengguna dan mempermudah dalam menarik pengguna baru serta mempertahankan pengguna yang telah ada.

b. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan secara umum dan informasi khususnya tentang bagaimana *e-service quality* mempengaruhi dampak loyalitas pengguna terhadap kepuasan layanan mobile banking.

1.5.2 Aspek Akademis

a. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat mengantarkan peneliti untuk mendapatkan gelar Sarjana Administrasi Bisnis dan menambah wawasan yang lebih kepada peneliti tentang apa yang sudah ditulis.

b. Bagi Penelitian Lanjutan

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bagi akademis yang ingin melakukan penelitian selanjutnya khususnya yang berkaitan dengan masalah kualitas layanan elektronik dan dampaknya pada loyalitas pengguna mobile banking yang dimediasi oleh kepuasan pengguna.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Sistematika penulisan ini memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan, maka disusunlah 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 menjelaskan mengenai hasil kajian kepustakaan yang terkait dengan masalah yang akan diteliti. Bab ini meliputi uraian tentang landasan teori yang digunakan sebagai dasar dari rangkuman teori, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian, dan ruang lingkup penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan serta menganalisis data untuk menjawab permasalahan penelitian serta menerangkan permasalahan penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menerangkan mengenai deskripsi karakteristik responden, hasil penelitian, serta pembahasannya, yang disajikan secara kronologis dan sistematis yang cocok dengan lingkup penelitian serta konsisten dengan tujuan penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini membahas mengenai kesimpulan atau intisari dan hasil akhir dari penelitian serta pembahasan-pembahasan yang berada pada bab sebelumnya. Selain itu, pada bagian ini terdapat saran-saran yang diberikan kepada perusahaan, industri dan pihak lain.