

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

PT. Bank Pembangunan Jawa Barat dan Banten Tbk (Bank Bjb) adalah Bank Milik Pemerintah Daerah Provinsi Jawa Barat dan Banten yang bertempat di Bandung. Bank Bjb didirikan tanggal 20 Mei 1961 dengan bentuk perseroan terbatas (PT). Dalam perkembangan, Bank Bjb berubah status menjadi Badan Usaha Milik Daerah (BUMD). Pada bulan Juli 2010, bank bjb menjadi satu-satunya BPD di Indonesia yang merambah di Bursa Efek Indonesia (BEI).



Gambar 1.1 Logo Perusahaan Bank Bjb

Sumber: <https://www.bankbjb.co.id/>

Bank Bjb memiliki 5 kantor Wilayah, 65 Kantor Cabang, 874 Kantor Cabang Pembantu, 18 Kantor Bjb Prioritas, 6 Sentra UMKM dan 1750 ATM. Adapun kepemilikan Bank bjb terdiri dari Pemerintah Daerah Jawa Barat sebesar 38,18%, Pemerindah Daerah Provinsi Banten sebesar 5,29%, Pemerintah Daerah Kota dan Kabupaten Se-Jawa Barat sebesar 24,03%, dan Pemerintah Kota dan Kabupaten Se-Banten sebesar 7,87% dan Publik sebesar 24,64% (Laporan keuangan Bank Bjb 2021). Adapun saat ini Bank Bjb memiliki 4 Entitas Anak yaitu Bank bjb Syariah (99.24%), Bjb Sekuritas (78.94%), BPR KU (29.52%), dan Bank BIJ (24.00%).

Adapun Visi dan Misi Bank bjb adalah sebagai berikut:

Visi: Menjadi Bank pilihan utama

Misi:

- Memberikan kontribusi dan berpartisipasi dalam penggerak dan pendorong laju ekonomi daerah,
- Menjadi partner utama pemerintah daerah dalam mengelola keuangan.
- Memberikan pelayanan terbaik pada nasabah.
- Memberi manfaat terbaik dan berkesinambungan pada stakeholders.
- Meningkatkan inklusi keuangan melalui digitalisasi perbankan.

Dalam mendukung pencapaian atas visi dan misi bank **bjb**, bank **bjb** telah melakukan transformasi budaya perusahaan. Budaya perusahaan tersebut merupakan cerminan bank **bjb** dalam menghadapi kompetisi perbankan yang semakin dinamis. Adapun nilai-nilai budaya perusahaan (*corporate values*) adalah bermakna **GO SPIRIT** yang berisikan:

Service Excellence: Fokus Nasabah, Proaktif dan cepat tanggap dalam memberikan layanan bernilai tambah.

Professionalism: Bekerja secara efektif, efisien dan bertanggung jawab, Meningkatkan kompetensi dalam menghasilkan kinerja terbaik.

Integrity: Jujur, Disiplin, serta Konsisten, Memahami dan melaksanakan ketentuan-ketentuan yang berlaku.

Respect: Menghormati dan menghargai serta terbuka terhadap segala perbedaan.

Innovation: Kreatif dan Inovatif untuk memberikan solusi yang terbaik, Melakukan perbaikan secara berkelanjutan.

Trust: Berperilaku positif dan juga dapat dipercaya, Membangun sinergi untuk mencapai tujuan perusahaan.

Dalam upaya mendukung digitalisasi, pada tahun 2018 Bank Bjb meluncurkan Digi by Bank Bjb yang merupakan layanan *e-channel* aplikasi *mobile* yang dapat digunakan dalam berbagai macam perbankan elektronik yang dapat memberikan kemudahan bertansaksi secara *mobile (e-banking)* kapan pun dan di mana pun.

Pada Aplikasi Bjb Digi terdapat 4 fitur:

1. Digi *Mobile*

Digi *Mobile* menyediakan layanan bjb NET versi mobile yang dapat digunakan secara *real time* kapan pun dan dimana pun. Didalam Digi *Mobile* terdapat beberapa akses yang dapat nasabah gunakan, yaitu seperti layanan Transfer baik sesama Bank maupun Antar Bank, Layanan Pembayaran tagihan seperti untuk Pendidikan dan Pembayaran konsumtif lainnya seperti PLN, Ponsel, Kartu Kredit, atapun pajak, selain itu pula terdapat akses Pembelian diantara untuk pembelian pulsa, Listrik, *Top Up E-Wallet*, *Financial Info*, Pembukaan rekening, dan masih banyak fitur lainnya.

2. Digi SMS

Digi SMS adalah layanan perbankan yang nasabah dapat gunakan untuk bertransaksi perbankan melalui SMS pada ponsel pribadi.

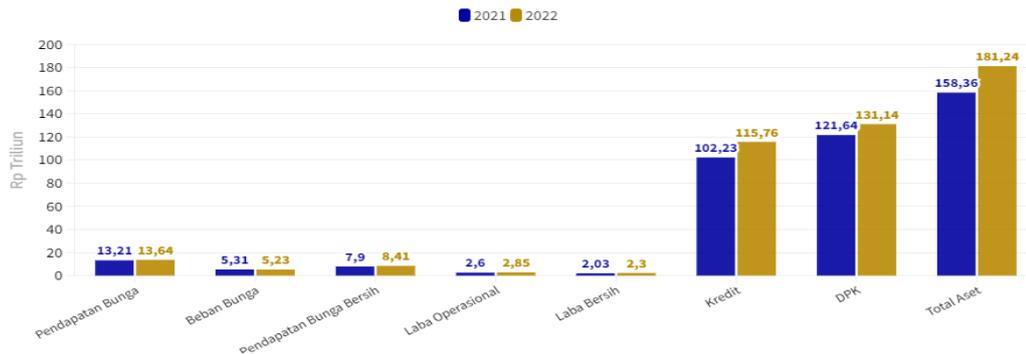
3. Digi Loan Apps

Aplikasi kredit yang dapat diakses secara *online* menjadikan transaksi lebih efektif dan efisien.

4. DigiCash App

Uang elektronik berbasis *server* menggunakan teknologi *mobile application Quick Response Code Indonesia Standar (QRIS)*.

Di tahun 2021, Bank bjb masuk dalam 10 bank dengan perolehan pendapatan terbesar versi Fortune Indonesia 100. Adapun berdasarkan laporan keuangan 2022, Bank Bjb mencatatkan laba bersih secara konsolidasi sebesar Rp2,3 triliun, meningkat 13,41% dari 2021 yang senilai Rp2,03 triliun (Laporan Keuangan 2022). Bank bjb juga mencatatkan kinerja positif dimana salah satunya dengan mengembangkan ekosistem yang dimiliki dengan produk dan fitur yang terus dikembangkan lewat aplikasi *mobile* Digi by Bank bjb. Berikut adalah grafik kinerja Bank Bjb tahun 2022:



Gambar 1.2 Kinerja Keuangan Bank Bjb 2022

Sumber: Laporan Keuangan Bank Bjb

Pendapatan bunga dan syariah meningkat sebesar 3,19% dari sebesar Rp13,21 triliun di tahun 2021 menjadi sebesar Rp13,64 triliun di tahun 2022. Laba tahun berjalan meningkat sebesar 11,23% dari sebesar Rp2,02 triliun di tahun 2021 menjadi sebesar Rp2,25 triliun di tahun 2022. Peningkatan laba tahun berjalan mendorong peningkatan total aset dan total ekuitas. Total aset meningkat sebesar 14,45% dari sebesar Rp158,36 triliun di tahun 2021 menjadi sebesar Rp181,24 triliun di tahun 2022. Total ekuitas meningkat sebesar 12,70% dari sebesar Rp13,08 triliun di tahun 2021 menjadi sebesar Rp14,75 triliun di tahun 2022. Adapun untuk Pertumbuhan kredit hingga Desember 2022 tumbuh sebesar 11,35% meningkat dibandingkan tahun sebelumnya yang hanya tumbuh sebesar 5,24% dikarenakan penyaluran kredit yang terbatas akibat pandemic.

Dari sisi permodalan, kondisi permodalan Bank yang meningkat dan cukup solid menunjukkan kemampuan Bank yang memadai dalam menyerap risiko dengan rasio kecukupan modal (*Capital Adequacy Ratio*) perbankan pada Desember 2022 tetap tinggi yaitu 19,09%. Lebih lanjut, rasio kredit bermasalah (*Non-Performing Loan*) per 2022 adalah sebesar 1.16% menurun dari tahun sebelumnya yaitu 1.24%. Adapun Likuiditas perbankan pada Desember 2022 tetap terjaga didukung oleh pertumbuhan Dana Pihak Ketiga (DPK) sebesar 4.72%. Namun demikian, Dana Pihak Ketiga masih didominasi oleh deposito dengan nominal sebesar Rp 70,4 T.

1.2 Latar Belakang penelitian

Semakin berkembangnya teknologi informasi, menjadikan masuknya era baru yaitu era industry 4.0. Penggunaan teknologi pada bidang Keuangan juga membawa perubahan signifikan akan sector Perbankan. Masuknya pada era industri 4.0, mendorong Perbankan untuk bertransformasi menjadi Perbankan Digital. Dalam perkembangannya, terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan yaitu terjadinya perubahan pola konsumsi dan keinginan masyarakat yang menginginkan sesuatu yang menjadi praktis, mudah dan cepat, dalam hal ini adanya perubahan pola perilaku masyarakat dalam pemanfaatan layanan Lembaga jasa keuangan contoh pada perbankan, faktor *security* pada platform *digital banking*, pengaturan atau regulasi yang berlaku yang akan menjadi landasan untuk pemain *digital banking* dalam prakteknya dan pengembangan profil dan karakteristik nasabah (Panduan transformasi Digital Bank Indonesia).

Transaksi *digital* saat ini dapat berbentuk transaksi perdagangan *online* melalui *e-commerce*, penggunaan Uang elektronik dan *Digital Banking*. Berdasarkan data dari Bank Indonesia, volume transaksi *mobile banking* mencapai 3,2 miliar sejak awal tahun 2022 hingga Mei 2022. Nilai itu mengalami pertumbuhan 67,87% *yoy* dari posisi yang sama tahun lalu sebesar 1,90 miliar kali transaksi. Secara nilai, transaksi *mobile banking* sejak awal tahun hingga Mei 2022 mencapai Rp 3.888,09 triliun. Transaksi yang paling banyak adalah transfer intra bank yang tumbuh 76,06% *yoy* menjadi 2,19 miliar kali. Lalu, transaksi pembayaran melompat 57,20% *yoy* menjadi 531,43 kali transaksi. Sedangkan transaksi antar bank ikut naik 47,33% *yoy* menjadi 474,58 kali. (<https://dataindonesia.id/>). Hal ini ditenggarai adanya normalisasi dari masyarakat akan akseptasi dan preferensi dalam berbelanja secara *online*, kemudahan pembayaran secara digital, serta akselerasi dari *digital banking*.

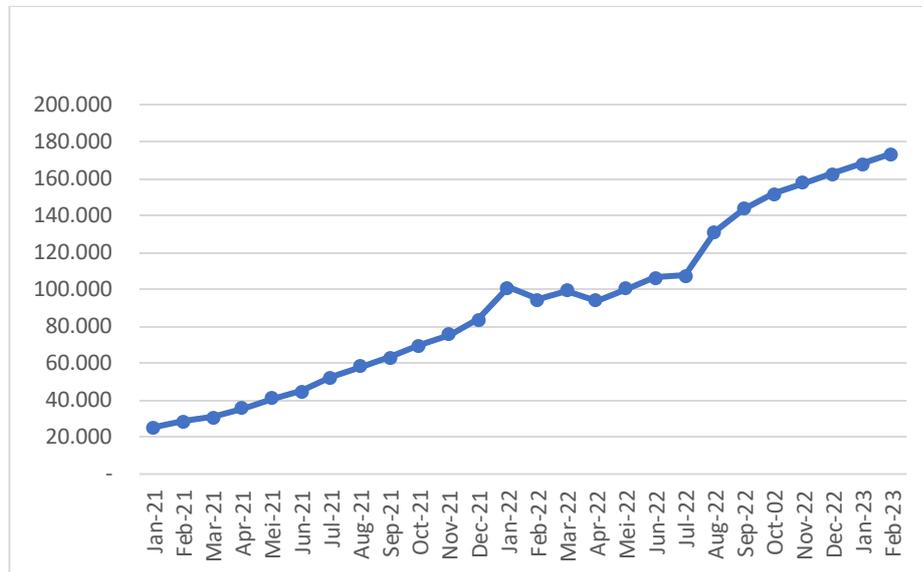
Adanya dorongan untuk bertransformasi secara *digital* ditenggarai dengan adanya perubahan perilaku dan pola konsumen, dimana saat ini *handphone* atau *gadget* menjadi suatu yang melekat. Selain itu peran digital berdasarkan potensi ekonomi, penggunaan internet dan letak geografis juga merupakan salah satu faktor pendukung digitalisasi (Panduan transformasi Digital Bank Indonesia). Terdapat

dua potensi dampak positif yang paling signifikan yang mungkin akan muncul akibat transformasi digital pada perbankan yaitu memperluas aksesibilitas dan meningkatkan daya saing perbankan di Indonesia (Panduan transformasi Digital Bank Indonesia). Hal ini menjadikan Perbankan digital akan mampu meningkatkan kemudahan akses perbankan bagi masyarakat juga meningkatkan efisiensi perbankan sehingga akan mendorong peningkatan aktivitas perekonomian. Namun demikian, dibalik keuntungan akan transformasi digital, tentu ada pula tantangan kedepannya yaitu perlindungan data pribadi dan risiko kebocoran data, risiko investasi teknologi yang *mismatch* dengan strategi bisnis, risiko penyalahgunaan teknologi *artificial intelligence (AI)*, risiko serangan siber, inklusi keuangan untuk penyandang disabilitas, literasi keuangan digital yang cenderung masih rendah, infrastruktur teknologi informasi yang belum merata, dan dukungan kerangka regulasi (www.ojk.go.id).

Dalam perkembangannya, Pada tahun 2018 Bank Bjb meluncurkan Digi by Bank Bjb sebagai aplikasi *mobile* yang dapat digunakan untuk berbagai macam transaksi perbankan elektronik. Per 2021, Pengguna Bjb Digi mencapai 850.000 dari seluruh pengguna di Indonesia, tumbuh hingga 3 kali lipat dari jumlah user ditahun 2020. Hal ini seiring dengan masuknya pandemic Covid-19 dimana banyak kegiatan dilakukan secara *online*. Saat ini era pascapandemi, nasabah perbankan makin bergantung pada layanan digital. Hal ini tentunya menjadi tantangan bagi bank-bank di Indonesia untuk menciptakan ikatan emosional terkait loyalitas nasabah dalam menggunakan layanan. Loyalitas timbul berdasarkan tingkat kepuasan nasabah, jika semakin tinggi kepuasan nasabah, maka nasabah akan loyal dalam penggunaan produk maupun jasa dari sebuah bank, sebaliknya jika layanan yang didapatkan tidak sesuai dengan ekspektasi nasabah, nasabah akan berhenti menggunakan produk dan jasa bank tersebut (Long & Vy, 2016:1).

Pengguna Digi by Bank Bjb meningkat pesat setiap tahunnya, namun demikian hal ini juga disertai peningkatan pada pengguna tidak aktif.

Berikut adalah grafik pengguna tidak aktif Digi by Bank Bjb di tahun 2021 hingga awal tahun 2023:

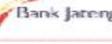


Gambar 1.3 Grafik Pengguna Tidak aktif Digi by Bank Bjb

Sumber: Bank Bjb

Berdasarkan Gambar 1.4, terlihat bahwa tren pengguna tidak aktif Digi by Bank Bjb cenderung meningkat. Hal ini tentunya perlu menjadi perhatian Bank Bjb, walaupun masih dalam persentase yang rendah, namun ditengah ketatnya persaingan antar bank jika peningkatan tersebut tidak dicari penyebabnya maka tentunya memiliki peluang untuk terus meningkat. Adanya peningkatan tersebut dapat menjadi indikasi berpengaruhnya pada loyalitas nasabah untuk menjadikan Digi by bank bjb sebagai pilihan utama dalam bertransaksi.

Berdasarkan hasil pengukuran yang dilakukan oleh *Marketing Resource Indonesia* (MRI) terkait *Satisfaction, Loyalty and Engagement (SLE) Index* perbankan 2023 terhadap 26 bank (12 Bank Konvensional, 3 Bank Umum Syariah, 8 Bank Pembangunan Daerah dan 3 Bank Digital), terlihat bahwa Bank Bjb berada pada posisi ke 7 dengan total index sebesar 54,50%. Berdasarkan hasil *research* tersebut disampaikan bahwa rata-rata index BPD 2023 adalah sebesar 61.70% dimana Bank Bjb masih berada dibawah rata-rata index BPD.

SLE INDEX 2023 - BPD		
	Aset	Nilai
1	 Bank Sulsebar	29,66 65,91%
2	 bank kaltim tara	34,77 65,50%
3	 Bank Sumsel Babel	34,22 64,82%
4	 Bank SUMUT	40,63 63,68%
5	 BANK DKI	75,24 62,76%
6	 bank jatim	98,48 62,76%
7	 bank bjb	170,21 54,50%
8	 Bank Jateng	84,79 52,94%

Keterangan:
 - SLE indeks industri: 61,18% (tidak termasuk bank digital);
 - SLE indeks BPD: 61,69%;
 - aset dalam Rp triliun per September 2022 (konsolidasi).
 Sumber: MRI dan Bina Riset Infobank (bit).

Gambar 1.4 Satisfaction, Loyalty, Engagement (SLE) Index – BPD 2023

Sumber: Infobank No 537 Vol XLIV Januari 2023

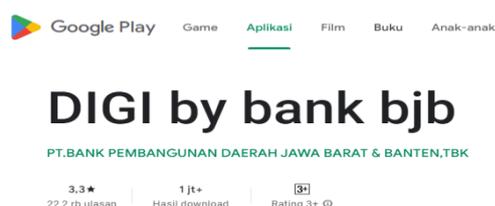
Adapun hasil lain dari penelitian yang dilakukan oleh *Marketing Resource Indonesia* (MRI) dihasilkan *Satisfaction Index-Mobile Banking* untuk Bank Pembangunan Daerah. Ditahun 2022, Digi by Bank Bjb berada di peringkat ke 2 dengan nilai sebesar 79.92% dan nilai tersebut berada diatas rata-rata index BPD pada tahun 2022 yaitu sebesar 78%. Selanjutnya ditahun 2023, posisi *Satisfaction Index -Mobile Banking* teratas diduduki oleh Bank Pembangunan Daerah lain yaitu Bank Jatim, Bank Sulsebar dan Bank DKI, dan di tahun 2024, Posisi *Satisfaction Index – Mobile Banking* tertinggi diduduki oleh Bank Sumsel Babel, Bank Sulsebar dan Bank Sumut. Adapun berdasarkan hasil *Satisfaction, Loyalty, and Engagement Index - 2024* terbaru, Bank Bjb mendapatkan nilai index 59.00% dan masih dibawah rata-rata Index BPD yaitu sebesar 62.70% (Infobank, 2024). Hal ini dapat menjadi indikasi adanya isu terkait kepuasan dan loyalitas nasabah Bank Bjb terhadap Digi by Bank Bjb.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh *Marketing Resource Indonesia* (MRI), penilaian *mobile banking* meliputi aspek *Satisfaction* dinilai berdasarkan kepuasan nasabah terkait penggunaan *mobile banking* serta *experience* dan *emotion*

pada saat bertransaksi dengan *mobile banking*. Untuk *Loyalty* terdiri dari komponen *retain* (tetap menggunakan), akan menggunakan, *advocate* (membela), dan aspek *referral* (kemungkinan untuk merekomendasikan pada orang lain), adapun untuk aspek *Engagement* terdapat 8 unsur yang terdiri dari Kepercayaan, diperlakukan adil, kebanggaan berbank, dan perasaan memiliki (Infobank, 2024).

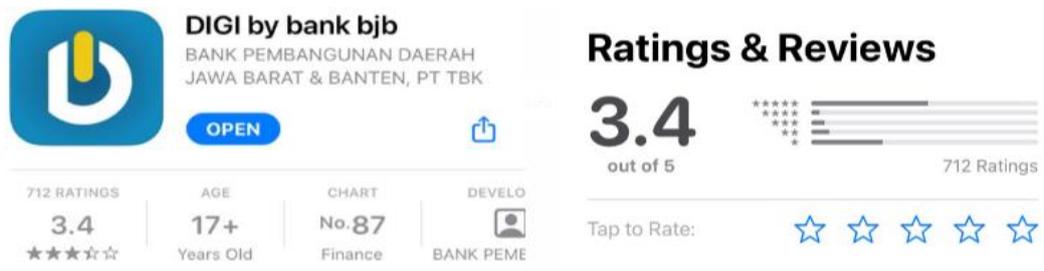
Tujuan dari suatu bisnis pada umumnya adalah untuk menciptakan pelanggan yang puas (Amin, 2016:1). Kepuasan akan memberikan efek yang baik untuk kedepannya termasuk pada loyalitas. Kepuasan saat ini dianggap menjadi strategi jitu untuk memenangkan persaingan. Hal ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang menyebutkan bahwa kepuasan nasabah berpengaruh pada Loyalitas nasabah terhadap pemakaian *mobile banking* (Puriwat & Tripopsakul, 2017:185).

Berkaitan dengan isu loyalitas dan kepuasan nasabah yang telah dipaparkan, adapun salah satu faktor yang perlu dijadikan perhatian adalah masih banyaknya keluhan nasabah terkait *Service Quality* aplikasi Digi by Bank Bjb pada *platform Google Play* dan *App Store* dimana aplikasi Digi by Bank Bjb diunduh, hal ini menjadikan rating aplikasi yang dihasilkan kurang maksimal. Tentunya ini harus menjadi *concern* untuk perbaikan aplikasi Digi, karena Loyalitas pengguna berasal dari seberapa besar kinerja perusahaan dalam menghasilkan kepuasan dengan cara meminimalkan keluhan (Melaning & Giantari, 2019: 135), selain itu dari sisi nasabah, minat dan keinginan untuk mengulang suatu layanan sangat ditentukan dari pengalaman setelah menggunakan layanan tersebut (Wang et al., 2020:1).



Gambar 1.5 *Google Play*

Sumber: *Laman Google Play*



Gambar 1.6 *App Store*

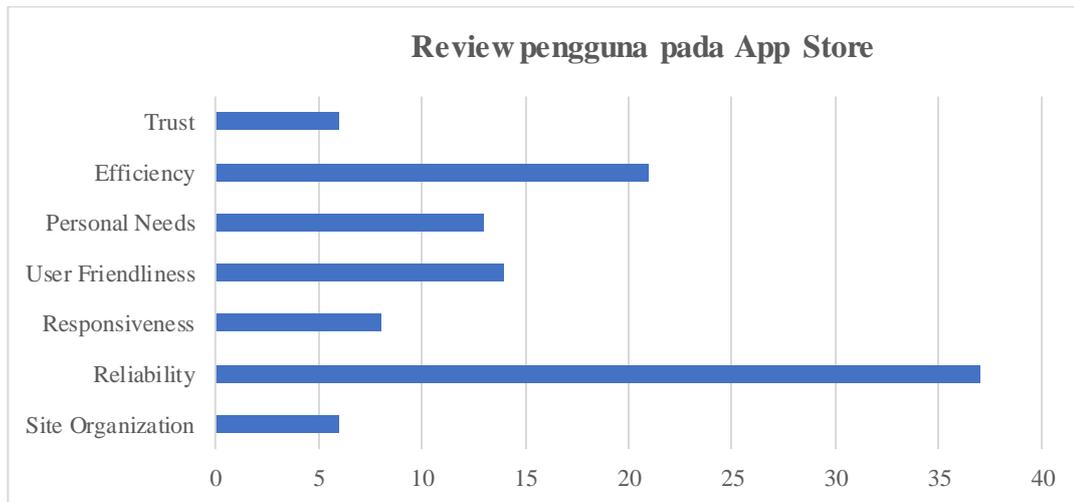
Sumber: *Laman App Store*

Berdasarkan hasil *rating* dan ulasan pada *Google Play* atas penggunaan Digi mendapatkan *rating* 3.3 dari 5.0 (19.200 pengguna) dengan komposisi *rating* 5 sebanyak 8.812, *rating* 4 sebanyak 3.597, *rating* 3 sebanyak 2.248, *rating* 2 sebanyak 1.258, dan *rating* 1 sebanyak 3.285. Adapun data hasil *rating* dan ulasan dari *App Store* atas penggunaan Digi mendapatkan *rating* 3.4 dari 5.0 (712 pengguna).

Berdasarkan hal tersebut diatas, terlihat bahwa masih banyak nasabah merasa tidak puas dengan aplikasi Digi. Hal ini tergambar pada *output rating* 1-3 pada ulasan nasabah. Kepuasan pelanggan bergantung kepada kinerja produk atau kualitas pelayanan, jika hal tersebut tidak memenuhi ekspektasi, pelanggan cenderung tidak merasa puas (Kotler & Keller, 2016:149).

Kualitas layanan pada *online* atau *e-service quality* menjadi hal yang penting dalam menentukan berhasil atau gagalnya suatu transaksi elektronik. *E-service quality* juga menggambarkan seperti apa kinerja aplikasi dalam memberikan pelayanan, memfasilitasi aktivitas transaksi online nasabah, serta layanan transaksi keuangan yang efektif dan efisien (Parasuraman et al., 2005:41).

Berikut adalah hasil ringkasan peneliti atas data yang diperoleh dari *App Store* dengan mengambil 100 *review* pengguna Digi by Bank bjb:



Gambar 1.7 Review pengguna pada App Store

Sumber: AppStore Review

Berdasarkan Gambar 1.8, terlihat bahwa keluhan terbanyak adalah terkait *Reliability* dan *Efficiency*. Adapun keluhan lainnya adalah terkait *User Friendliness*, *Personal needs*, *Responsiveness*, *Trust* dan *Site Organization*.

Berikut adalah mayoritas keluhan yang disampaikan nasabah dimana seringnya *error* ketika sedang bertransaksi, transaksi menggantung namun sudah mengurangi saldo, Digi hanya dapat diakses pada 1 *device* yang telah terdaftar, dan apabila mengganti *device* harus melakukan *reset* ke kantor cabang terdekat, hal ini dirasa tidak efisien, lalu gangguan koneksi internet, *review* lainnya terkait aplikasi yang dirasa berbelat-belit dimana untuk mengecek data finansial perlu dimasukkan kembali *password*, *call center* yang selalu sibuk, gagalnya pengisian *e-wallet*, *interface* terlihat konvensional, kurangnya rasa kepercayaan dan rasa aman karena *financial info* terkadang tidak menyajikan transaksi secara *real* dan berbagai ragam keluhan dari nasabah lainnya. Sehingga hal tersebut menunjukkan bahwa Digi by bank bjb masih belum optimal dalam memperhatikan kebutuhan nasabah dalam hal kualitas pelayanan. Keluhan ini muncul karena adanya *Gap* atau kesenjangan antara *customer expectation* dan *perceive service*. Keluhan nasabah ini tentunya mempengaruhi kepuasan nasabah dalam menggunakan layanan bank bjb khususnya penggunaan Digi by bank bjb, yangmana hal ini akan berimbas pada kesetiaan

nasabah dalam penggunaan Digi by bank bjb dan besar kemungkinan untuk mengganti dan berpindah ke *mobile banking* bank lainnya yang dirasa lebih sesuai dengan harapan nasabah. Selain itu berdasarkan Laporan keberlanjutan Bank, bank Bjb mengumpulkan data keluhan nasabah terkait kenyamanan bertransaksi. Di tahun 2021, data keluhan nasabah terkait gangguan transaksi sebanyak 33.597, ditahun 2022 naik menjadi 37.814, dan di tahun 2023 terdapat 43.934 keluhan nasabah. Atas peningkatan keluhan nasabah tersebut mengindikasikan adanya isu terkait kualitas pelayanan yang dirasakan oleh nasabah dalam bertransaksi.

Adapun pada penelitian ini, Dimensi *E-service quality* diadopsi dari penelitian terdahulu berdasarkan jurnal Raza et al (2020:1443) dan Puriwat & Tripopsakul (2017:185) yang sebelumnya meneliti pada sector perbankan. Instrumen *E-Service Quality* terdiri dari *Site Organization*, *Realibility*, *Responsiveness*, *Users Friendly*, *Personal Needs*, dan *Efficiency*. Penelitian dari Raza et al (2020:1443) menggabungkan model modifikasi kualitas layanan elektronik oleh Herington & Weaven (2009:1220) dan Parasuraman et al (1985:41) di mana empat faktor penentu yaitu *personal needs*, *site organization*, *user friendliness* dan *efficiency* dianggap penting dalam penentuan *E-service quality* pada sektor perbankan dan dua variabel SERVQUAL yaitu *responsiveness* dan *Reliability*. Adapun berdasarkan SCImago *Journal Rank*, jurnal yang diadaptasi memiliki Rank Q1. Disamping itu, 1 variabel lainnya diadaptasi dari penelitian Puriwat & Tripopsakul (2017:185) yang meliputi *Interface design*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Trust* dan *Personalization*. Pada penelitian ini peneliti akan mengadopsi salah satu variable tersebut yaitu *Trust*. Adapun berdasarkan SCImago *Journal Rank*, jurnal yang diadaptasi memiliki Rank Q2.

Pada *Site Organization*, pengguna akan menimbang terkait tampilan aplikasi Digi by bank Bjb, estetika tampilan, dan kesan apakah *Interface* Digi by Bank Bjb terorganisir dengan baik. Selain itu, *E-Service Quality* lainnya adalah *Realibility*, *Responsiveness*, *Users Friendliness*, *Personal Needs*, *Efficiency* dan *Trust*. *Realibility* dapat berkaitan dengan keakuratan dalam proses transaksi, dan juga terkait keamanan yang memadai. Adapun untuk *Responsiveness* berkaitan

dengan kemampuan bank dalam melakukan tanggapan dengan cepat pada aplikasi dan juga memberikan kemudahan pada nasabah dalam pemecahan masalah pada aplikasi. Selanjutnya adalah *Users friendliness*, yaitu kemudahan dalam mengoperasikan *mobile banking*. Kemudian *Personal needs* berkaitan dengan persepsi nasabah atas perbankan digital seperti preferensi kebutuhan nasabah, *Efficiency* terkait dengan kemudahan dan kecepatan dalam mengakses *mobile banking*, sehingga menjadikan dalam melakukan transaksi nasabah merasa efektif dan efisien dalam segi waktu, dan yang terakhir adalah *Trust* berkaitan dengan kemampuan bank dalam menanamkan kepercayaan pada para penggunanya.

Penelitian ini dilakukan dengan mempertimbangkan penelitian-penelitian terdahulu karena adanya beberapa hasil yang berbeda terkait *E-Service Quality*, *Customer Satisfaction* dan *Customer Loyalty* pada sektor perbankan. Adapun Penelitian yang dilakukan oleh Othman et al (2015:14) mengklaim bahwa hipotesis terkait *e-service quality* memiliki pengaruh signifikan pada *e-loyalty* ditolak, sehingga pada kesimpulan disebutkan bahwa *e-service quality* bukan menjadi faktor dari loyalitas nasabah pada *online banking*. Selain itu, beberapa penelitian lainnya menghasilkan hal yang serupa bahwa *E-Service Quality* tidak mempengaruhi *Customer Satisfaction* dan *Customer Loyalty* serta *Customer satisfaction* ditemukan tidak memiliki peran mediasi dalam hubungan antara *E-Service Quality* dan *Customer Loyalty* (Setyawan, 2023:52). Begitu pula dengan penelitian yang dilakukan oleh Amin (2016:280) yangmana menghasilkan bahwa *Internet Banking Service Quality* tidak memiliki pengaruh pada *Customer Loyalty*.

Hal ini berbanding terbalik dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Raza et al (2020:1443), Parasuraman et al (2005:213) dan Shankar dan Jebarajakirthy (2019:1119) yang menyatakan berdasarkan hasil penelitiannya *E-Service Quality* memiliki pengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* dan *Customer Satisfaction* memiliki pengaruh mediasi antara *E-Service Quality* dan *Loyalty*. Dilihat dari literatur empiris yang dijelaskan di atas bahwa dampak *e-service quality* terhadap *customer satisfaction* dan *customer loyalty* memberikan hasil yang beragam dan masih memerlukan penelitian lebih lanjut.

Berdasarkan latar belakang dan mempertimbangkan hasil penelitian terdahulu yang beragam, maka penulis tertarik untuk mengambil penelitian terkait “*Pengaruh E-Service Quality terhadap Customer Loyalty dimediasi dengan Customer Satisfaction Pada Digi by Bank Bjb*”.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dijabarkan diatas, dapat dirumuskan suatu permasalahan yaitu adanya indikasi ketidakpuasan nasabah terhadap *E-Service Quality* pada Digi by Bank Bjb yang menyebabkan penurunan loyalitas. Adapun ketidakpuasan nasabah atas *E-Service Quality* pada Digi by Bank Bjb terkait *Realibility, Responsiveness, Site Organization, Users Friendliness, Personal Needs, Efficiency* dan *Trust*.

Penelitian ini diperlukan menimbang dari 2 sisi baik Bisnis maupun Akademik. Pada sisi bisnis, dilihat dari peningkatan tren persentase pengguna tidak aktif Digi by Bank Bjb yang mengindikasikan adanya isu penurunan loyalitas nasabah, *Satisfaction index* Digi by Bank Bjb yang masih dibawah rata-rata index BPD yangmana hal ini mengindikasikan adanya ketidakpuasan pengguna Digi by Bank Bjb, *Rating* dan *Review* nasabah pada laman *App Store* dan *Google Play* serta peningkatan data keluhan nasabah terkait aktivitas transaksi yang mengindikasikan adanya rasa ketidakpuasan nasabah atas kualitas pelayanan pada Digi by Bank bjb sehingga hal ini bisa menjadi pemicu dari penurunan loyalitas nasabah dalam menggunakan Digi by Bank Bjb sebagai alat bertransaksi dalam kesehariannya. Nasabah yang puas akan *service quality* suatu perusahaan akan cenderung loyal dimana hal tersebut membuat nasabah menggunakan produk dan layanan secara kontinuitas dan secara sukarela memberikan rekomendasi dan menjadi iklan dari mulut ke mulut (*Word of Mouth*) bagi sekitarnya dimana hal ini tentunya akan menurunkan biaya pemasaran bagi perusahaan dan juga meningkatkan profit bagi perusahaan karena peningkatan volume transaksi (Parasuraman et al., 1985:41). Hal ini juga sesuai dengan penelitian perusahaan Bain & Co yang menyebutkan bahwa dengan retensi pelanggan sebesar 5% akan meningkatkan keuntungan sebesar 25% hingga 95%, sehingga loyalitas pelanggan harus menjadi prioritas

utama dalam bisnis. Selain itu, berdasarkan Laporan Keuangan Bank Bjb 2022, Bank memiliki kendala dimana salahsatunya belum optimalnya pendapatan yang berasal dari *fee-based income*, hal ini juga mendasari kebijakan strategis Bank untuk meningkatkan produk *Digital Banking*.

Dilihat dari sisi Akademik, penelitian ini diperlukan karena adanya keberagaman hasil dari penelitian terdahulu terkait *E-Service Quality*, *Customer Satisfaction* dan *Customer Loyalty* pada sector perbankan sehingga perlu adanya keyakinan atas hal tersebut melalui penelitian ini. Berlandaskan hal tersebut, maka dirasa perlu untuk melakukan penelitian terkait:

1. Seberapa besar penilaian responden tentang *e-service quality*, *customer satisfaction*, dan *customer loyalty* pada Digi by Bank Bjb
2. Apakah *Reliability* berpengaruh positif signifikan terhadap *customer satisfaction* pengguna Digi by Bank Bjb?
3. Apakah *Responsiveness* berpengaruh positif signifikan terhadap *customer satisfaction* pengguna Digi by Bank Bjb?
4. Apakah *Site Organization* berpengaruh positif signifikan terhadap *customer satisfaction* pengguna Digi by Bank Bjb?
5. Apakah *User Friendliness* berpengaruh positif signifikan terhadap *customer satisfaction* pengguna Digi by Bank Bjb?
6. Apakah *Personal Needs* berpengaruh positif signifikan terhadap *customer satisfaction* pengguna Digi by Bank Bjb?
7. Apakah *Efficiency* berpengaruh positif signifikan terhadap *customer satisfaction* pengguna Digi by Bank Bjb?
8. Apakah *Trust* berpengaruh positif signifikan terhadap *customer satisfaction* pengguna Digi by Bank Bjb?
9. Apakah *customer satisfaction* berpengaruh positif signifikan terhadap *Customer Loyalty* pengguna Digi by Bank Bjb?
10. Apakah *e-service quality* berpengaruh terhadap *customer loyalty* dengan *customer satisfaction* sebagai variabel mediasi?

1.4 Tujuan Penelitian

Sehubungan dengan perumusan masalah yang telah diuraikan, penulis mengemukakan tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui penilaian responden terkait *E- Service Quality*, *Customer Satisfaction* dan *Customer Loyalty* pada Digi by Bank bjb
2. Untuk mengetahui pengaruh *Reliability* pada *Customer Satisfaction* pada pengguna Digi by Bank Bjb
3. Untuk mengetahui pengaruh *Responsiveness* pada *Customer Satisfaction* pada pengguna Digi by Bank Bjb
4. Untuk mengetahui pengaruh *Site Organization* pada *Customer Satisfaction* pada pengguna Digi by Bank Bjb
5. Untuk mengetahui pengaruh *User Friendliness* pada *Customer Satisfaction* pada pengguna Digi by Bank Bjb
6. Untuk mengetahui pengaruh *Personal Needs* pada *Customer Satisfaction* pada pengguna Digi by Bank Bjb
7. Untuk mengetahui pengaruh *Efficiency* pada *Customer Satisfaction* pada pengguna Digi by Bank Bjb
8. Untuk mengetahui pengaruh *Trust* pada *Customer Satisfaction* pada pengguna Digi by Bank Bjb
9. Untuk mengetahui pengaruh *Customer Satisfaction* pada *Customer Loyalty*
10. Untuk mengetahui pengaruh *E-Service Quality* pada *Customer Loyalty* dengan *Customer Satisfaction* sebagai variabel mediasi

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis
 - a. Dapat digunakan untuk memperdalam ilmu manajemen dan memperluas wawasan dalam ilmu manajemen khususnya mengenai pengaruh *e-service quality* terhadap *customer satisfaction* dan *customer loyalty*.
 - b. Penguatan teori dengan penggunaan objek penelitian yang berbeda dimana hal ini dapat menambah referensi pengetahuan terkait pengaruh *e-service quality* terhadap *customer satisfaction* dan *customer loyalty* di sektor Perbankan.
2. Kegunaan Praktisi
 - a. Bagi perusahaan, hasil penelitian diharapkan dapat memberikan pandangan pemikiran dan saran perbaikan untuk Bank Bjb terkait *E-Service Quality Digi by Bank Bjb* dalam upaya meningkatkan *Customer Satisfaction* dan *Customer Loyalty* pada *Digi by Bank Bjb*.
 - b. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi guna melakukan penelitian sejenis lanjutan.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

a. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang uraian mengenai gambaran umum objek penelitian, latar belakang masalah, rumusan masalah, pertanyaan dan tujuan penelitian, batasan masalah, kegunaan penelitian serta sistematika penulisan.

b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini merupakan bab yang berisikan tinjauan pustaka penelitian tentang rangkuman teori-teori yang relevan dengan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian.

c. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini merupakan bab yang berisikan tentang metode penelitian yang digunakan meliputi jenis penelitian, variabel operasional, tahapan penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini mendeskripsikan hasil dari penelitian dan pembahasan terhadap hasil dari penelitian.

e. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bab yang berisikan kesimpulan yang didapatkan penulis dari hasil penelitian dan saran yang dirumuskan secara konkret.