

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Perusahaan

Wondr by BNI merupakan aplikasi mobile banking Bank Negara Indonesia yang mengintegrasikan semua kebutuhan transaksi finansial nasabah dari mulai kebutuhan, pembukaan rekening baru secara online, transaksi pembayaran, terkoneksi dengan ekosistem marketplace hingga investasi. Mobile Banking BNI dapat ditemukan di ponsel berbasis Android ataupun iOS. Dengan adanya aplikasi ini nasabah dapat mengecek saldo tabungan, transfer dan membayar tagihan. BNI meluncurkan layanan Mobile Banking pada tahun 2016. BNI menawarkan layanan perbankan yang lebih lengkap dan mudah diakses melalui aplikasi pada perangkat seluler, termasuk cek saldo, transfer, pembayaran tagihan, dan berbagai layanan lainnya. Seiring waktu, fitur-fitur di aplikasi ini terus diperbarui untuk meningkatkan pengalaman pengguna. Pada 5 Juli 2024 bertepatan dengan HUT BNI ke-78 Bank BNI secara resmi meluncurkan dan menambah beberapa inovasi baru dalam program Mobile Mbanking nya yaitu Wondr by BNI.

Aplikasi Wondr ini memberikan solusi bagi masyarakat Indonesia untuk dapat melakukan pengelolaan keuangan yang lebih terencana sesuai kebutuhan finansial masing-masing melalui fitur 3 Dimensi Keuangan (*Transaksi, Insight dan Growth*) serta diluncurkan sebagai pengganti dari aplikasi BNI Mobile Banking. Dengan desain yang lebih modern dan trendi, aplikasi ini menyasar nasabah dari kalangan Generasi Z dan milenial. Ada banyak fitur canggih yang ditawarkan dalam aplikasi Wondr by BNI, mulai dari transaksi dan rekap keuangan, portofolio investasi, hingga bayar tagihan. Bahkan, aplikasi ini juga bisa digunakan untuk mengirim uang ke luar negeri.



Gambar 1.1
Logo Wondr by BNI
Sumber: bni.co.id, 2024

PT Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk (selanjutnya disebut “BNI” atau “Bank”) 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. Selanjutnya, berdasarkan Undang-Undang No. 17 tahun 1968, BNI ditetapkan menjadi “Bank Negara Indonesia 1946”, dan statusnya menjadi Bank Umum Milik Negara. Selanjutnya, peran BNI sebagai Bank yang diberi mandat untuk memperbaiki ekonomi rakyat dan berpartisipasi dalam pembangunan nasional dikukuhkan oleh UU No. 17 tahun 1968 tentang Bank Negara Indonesia 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. Untuk memperkuat struktur keuangan dan daya saingnya di tengah industri perbankan nasional, BNI melakukan sejumlah aksi korporasi, antara lain proses rekapitalisasi oleh Pemerintah di tahun 1999, divestasi saham Pemerintah di tahun 2007, dan penawaran umum saham terbatas di tahun 2010.

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, dan Wondr by BNI.

1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

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

a. Visi

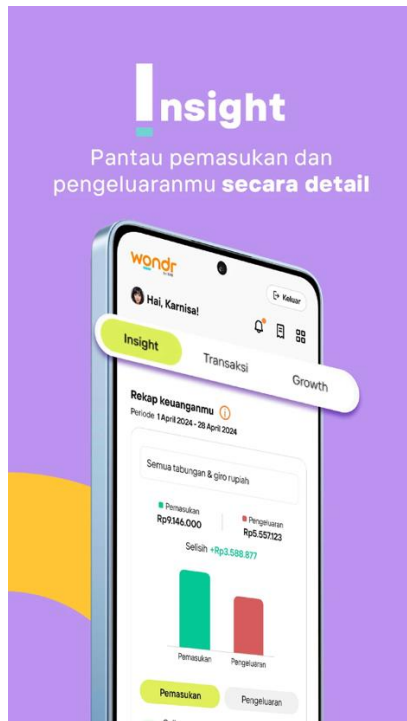
Menjadi Lembaga Keuangan yang terunggul dalam layanan dan kinerja secara berkelanjutan

b. Misi

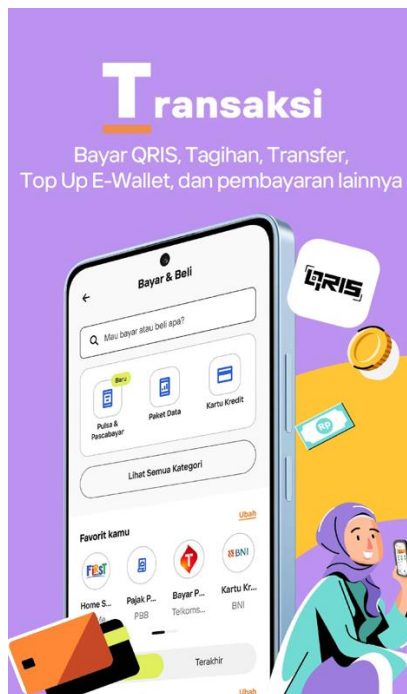
1. Memberikan layanan prima dan solusi digital kepada seluruh Nasabah selaku Mitra Bisnis pilihan utama
2. Memperkuat layanan internasional untuk mendukung kebutuhan Mitra Bisnis Global
3. Meningkatkan nilai investasi yang unggul bagi investor
4. Menciptakan kondisi terbaik bagi karyawan sebagai tempat 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.

1.1.3 Produk dan Layanan

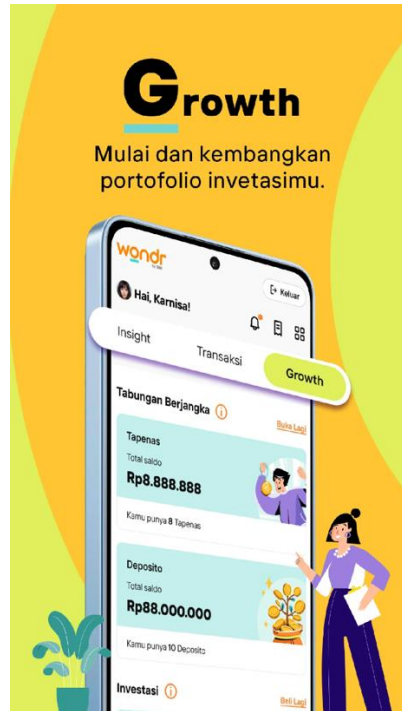
Wondr by BNI dirancang dengan mengutamakan inovasi dan teknologi terkini serta standar global. Itu menjadikannya sebagai salah satu terobosan terbesar BNI dalam digital banking. Aplikasi ini tidak hanya menawarkan kemudahan transaksi, tetapi juga fitur perencanaan keuangan yang komprehensif melalui tiga dimensi financial yaitu *Insights*, *Transaksi*, dan *Growth*. Fitur ini memungkinkan pengguna untuk lebih memahami pola pendapatan dan pengeluaran mereka, serta merencanakan tujuan keuangan masa depan dengan memilih produk investasi yang paling sesuai. Dengan dukungan teknologi terkini, wondr by BNI diharapkan menjadi super app yang menawarkan solusi keuangan holistik untuk keluarga dan UKM.



Gambar 1.2
Insight Wondr by BNI
Sumber: bni.co.id, 2024



Gambar 1.3
Transaksi Wondr by BNI
Sumber: bni.co.id, 2024



Gambar 1.4
Growth Wondr by BNI
Sumber: bni.co.id, 2024

Aplikasi wondr by BNI dilengkapi dengan 3 Dimensi Keuangan yang unik (*Insight*, *Transaksi*, dan *Growth*), yang mencerminkan konsep masa lalu, masa kini, dan masa depan. Dengan *Insight*, nasabah dapat memantau sekaligus menganalisis keuangan mereka sebelumnya melalui tampilan rekap keuangan yang lengkap setiap harinya. Dimensi ini memungkinkan masyarakat untuk melakukan pengelolaan keuangan yang lebih optimal berdasarkan data historis serta membantu memahami kondisi keuangan saat ini dan bagaimana pengelolaan yang tepat. Melalui *Transaksi* mendukung kebutuhan keuangan real-time nasabah dengan fitur seperti transfer domestik, pembayaran tagihan, dan pengaturan jadwal transfer yang semuanya dapat dilakukan hanya dalam tiga langkah sederhana, memudahkan nasabah dalam pengelolaan transaksi harian. Sementara itu, *Growth* berfokus pada perencanaan masa depan dengan menyediakan berbagai pilihan produk finansial yang sesuai dengan kebutuhan nasabah, seperti investasi dan tabungan, memberikan nasabah kesempatan untuk tumbuh dan berkembang secara finansial sesuai kebutuhan mereka.

Dengan adanya 3 fitur tersebut, aplikasi ini memberikan kemudahan pengelolaan keuangan yang komprehensif untuk meningkatkan kemampuan transaksi pengguna, menjadikan wondr by BNI sebagai banking app baru yang relevan untuk memenuhi kebutuhan finansial setiap nasabah.

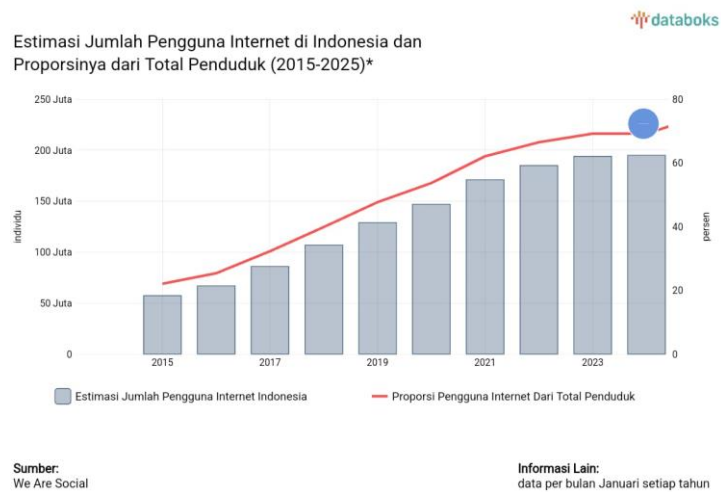
Wondr by BNI dirancang dengan mengutamakan inovasi dan teknologi terkini serta standar global. Itu menjadikannya sebagai salah satu terobosan terbesar BNI dalam digital banking. Aplikasi ini tidak hanya menawarkan kemudahan transaksi, tetapi juga fitur perencanaan keuangan yang komprehensif melalui tiga dimensi *financial* yaitu *Insights*, Transaksi, dan *Growth*. Fitur ini memungkinkan pengguna untuk lebih memahami pola pendapatan dan pengeluaran mereka, serta merencanakan tujuan keuangan masa depan dengan memilih produk investasi yang paling sesuai. Dengan dukungan teknologi terkini, wondr by BNI diharapkan menjadi super app yang menawarkan solusi keuangan holistik untuk keluarga dan UKM.

1.2 Latar Belakang

Tren penggunaan internet di Indonesia terus menguat dalam sedekade terakhir. Menurut data yang dihimpun *We Are Social*, pada Januari 2015 baru ada sekitar 57,4 juta individu pengguna internet di Indonesia. Setelah itu jumlahnya terus meningkat hingga pengguna internet di Indonesia mencapai 212 juta individu pada Januari 2025. (Pertumbuhan Pengguna Internet Global sampai Awal 2025)

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) memprediksi jumlah pengguna internet pada tahun ini bertambah sekitar 6 juta pengguna atau hanya naik 1%-2% dibandingkan dengan pencapaian 2024. Adapun untuk 2024 APJII belum mengeluarkan laporan. Namun, APJII memperkirakan jumlah pengguna internet berada pada kisaran 225 juta. Artinya, dengan tambahan 6 juta, makan pengguna internet RI akan menyentuh 231 juta pengguna tahun ini. Ketua Umum APJII Muhammad Arif mengatakan pertumbuhan internet tahun ini tidak akan semasif saat pandemi. Meski demikian, jumlahnya masih akan terus bertambah karena internet telah menjadi kebutuhan dasar masyarakat Indonesia. (*Bisnis.com*)

We Are Social juga mencatat, pada Januari 2015 proporsi pengguna internet di Indonesia baru sekitar 22,1% dari total penduduk nasional. Kemudian proporsinya makin membesar hingga mencapai 74,6% pada Januari 2025, seperti terlihat pada grafik. Berdasarkan survei terhadap pengguna internet berusia 16 tahun ke atas di Indonesia, sebanyak 82,7% responden menggunakan internet untuk mencari informasi. Ada banyak juga responden Indonesia yang memakai internet untuk berkomunikasi dengan teman/ keluarga (72,8%), mencari ide atau inspirasi (71,9%), mengisi waktu luang (62,8%), mencari tahu cara melakukan sesuatu (62,6%), dan mencari berita terbaru (61,8%). (Pengguna Media Sosial di Indonesia Bertambah Awal 2025)



Gambar 1.5

Jumlah Pengguna Internet di Indonesia (2015 – 2025)

Sumber: Databoks, 2025

Internet semakin berkembang di dunia pada era digital, kehidupan modern menjadi lebih mudah berkat kontribusi yang besar terhadap teknologi dan internet untuk komunikasi dan berbagi informasi, dengan semakin berkembangnya teknologi membuat banyak sektor memanfaatkan teknologi dan informasi dalam berbagai bidang. 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. Perkembangan teknologi yang semakin pesat mengarahkan perbankan untuk lebih meningkatkan layanan dengan membentuk perbankan digital. Hal ini bertujuan agar bank dapat memaksimalkan pelayanan kepada nasabah dan meningkatkan mutu operasionalnya, sehingga diharapkan bank dapat mengembangkan perbankan digitalnya.

Sebagian besar generasi muda yang mendominasi populasi Indonesia saat ini masih memiliki kebiasaan menabung yang rendah dan penataan finansial yang kurang teratur. Era digital yang dipenuhi informasi dan aspirasi seringkali memicu berbagai keinginan yang belum tentu relevan atau dibutuhkan oleh masing-masing individu.

Di era digital yang terus berkembang dengan pesat menjadikan lebih banyak informasi yang harus dipahami. Pentingnya manajemen keuangan yang efektif menjadi salah satu informasi yang sangat penting di tengah tantangan gaya hidup yang dinamis dan ekonomi global yang semakin kompleks, mulai dari kebutuhan transaksi, tabungan, deposito, hingga investasi.

Berdasarkan Indonesia Gen Z Report 2024 menunjukkan bahwa terdapat beberapa aspirasi yang menjadi prioritas finansial para Gen Z, diantaranya 21% fokus pada pembelian rumah, 23% fokus pada investasi, 16% fokus pada memulai bisnis dan lainnya menggunakan tabungannya untuk kebutuhan *traveling* dan pendidikan. Melalui data tersebut, dapat diketahui bahwa kini mulai dari Gen Z juga sudah mulai memiliki kesadaran dalam mengelola keuangan termasuk melakukan investasi untuk mencapai impiannya. (*pressrelease.id*, 2025)

Berdasarkan Top Brand Award kategori *E-Channel* tahun 2025, bank yang termasuk ke dalam Top Brand Index dalam mobile banking secara berurutan adalah Bank BCA, Bank BRI, dan Bank Mandiri. Mobile banking BCA yaitu m-BCA menempati posisi tertinggi dengan persentase yaitu 47,40%, BRIMo dengan Persentase 19,40%, Livin by Mandiri yang menempati posisi ketiga dengan persentasi 12,90%, BNI Mobile yang menempati posisi keempat dengan persentase 11,20% (*Top Brand Index*, 2025) dari persentasi tersebut dapat dilihat bahwa persentase BNI Mobile Banking terpaut jauh dari Bank Mandiri, BRI Mobile dan m-BCA dengan persentase 12,90%, 19,40% dan 47,40%. Hal tersebut dapat mengindikasikan perlunya peningkatan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan pada BNI Mobile Banking agar dapat bersaing dengan m-banking lainnya.

Brand	TBI	
m-BCA	47.40%	TOP
BRImo	19.40%	TOP
Livin by Mandiri	12.90%	TOP
BNI Mobile	11.20%	
CIMB Niaga Mobile	3.80%	

Gambar 1.6
TOP Brand Kategori Channel
Sumber: Top Brand Awareness, 2025

Temuan dari penelitian mengidentifikasi beberapa faktor yang menyebabkan produk BNI Mobile menghadapi persaingan yang ketat dengan produk M-BCA, BRI dan Bank Mandiri. Salah satu faktor yang dicurigai sebagai penyebabnya adalah kualitas layanan elektronik (*e-service*) BNI Mobile, faktor ini memiliki potensi untuk memengaruhi loyalitas nasabah dan dapat mendorong mereka untuk beralih ke layanan m-banking dari bank lain (Hariyanti & Rachmawati, 2022).

Dikutip dari bni.co.id Bank Negara Indonesia terus melakukan inovasi bisnis untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan digital. Dalam rangka mendukung aspirasi dalam membangun masa depan finansial yang lebih baik, PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk atau BNI meluncurkan aplikasi perbankan terbarunya Wondr by BNI sebagai solusi untuk melakukan pengelolaan keuangan yang lebih terencana sesuai dengan kebutuhan finansial melalui fitur 3 Dimensi Keuangan (*Insight*, Transaksi, dan *Growth*).

Namun pada kenyataannya tidak semua pengguna Wondr By BNI memiliki loyalitas yang tinggi, penulis melakukan pra-survey kepada 30 penggunaan Wondr by BNI. Berikut ini merupakan hasil penelitian pendahuluan yang telah penulis lakukan:

Tabel 1.1
Hasil Survei Pendahuluan Mengenai Loyalitas Pelanggan Wondr By BNI

No.	Pernyataan	Tanggapan			
		Ya	%	Tidak	%
1.	Tidak akan menggunakan MBanking lain selain Wondr by BNI	5	16,67%	25	83,33%
2.	Akan merekomendasikan Wondr by BNI kepada keluarga dan teman-teman.	16	53,33%	14	46,67%
3.	Wondr by BNI adalah pilihan pertama saat akan melakukan transaksi	6	20%	24	80%
4.	Akan kembali melakukan transaksi di aplikasi Wondr by BNI	17	56,67%	13	43,33%

Sumber: Data diolah oleh penulis, 2025

Pada tabel 1.1 diatas berdasarkan dari hasil kuesioner pendahuluan yang dilakukan penulis mengenai loyalitas pelanggan dimana dari 30 responden pelanggan Wondr By BNI dapat disimpulkan bahwa rendahnya loyalitas pelanggan dikarenakan 83,33% responden masih menggunakan *MBanking* lain selain Wondr By BNI. Ini mengindikasikan bahwa *switching product* pada *MBanking* Wondr By BNI terhadap produk lain masih sangat besar dan sebanyak

80% responden tidak menjadikan Wondr By BNI sebagai pilihan pertama saat melakukan transaksi. Hal tersebut menunjukkan rendahnya loyalitas pelanggan Wondr By BNI, menjadikan penulis tertarik untuk meneliti loyalitas pelanggan pada Wondr By BNI.

Loyalitas pelanggan merupakan hal yang penting bagi suatu usaha, karena loyalitas pelanggan merupakan kunci sukses suatu bisnis atau usaha untuk terus bertahan dan mempertahankan pelanggan yang loyal menjadi prioritas yang utama. Menjaga pelanggan tetap loyal masuk akal secara ekonomi. Pelanggan yang loyal akan menggunakan produk perusahaan lebih banyak dan dalam waktu yang lebih lama (Kotler dan Armstrong, 2018:44). Loyalitas pelanggan erat dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan untuk memenuhi ekspektasi dan memuaskan pelanggan.

Tingkat kepuasan pelanggan akan berpengaruh pada loyalitas pelanggan terhadap produk tersebut. Kepuasan pelanggan adalah salah satu diantara beberapa penyebab terbentuknya loyalitas pelanggan. Jika kepuasan pelanggan tinggi maka akan berdampak pada loyalitas terhadap suatu produk atau jasa. Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan Wondr By BNI dapat dilihat dari rating yang diberikan pengguna *MBanking Wondr By BNI* di aplikasi Google Play Store. Berikut data tentang rating pada pelayanan Wondr By BNI:



Gambar 1.7
Rating Wondr By BNI
Sumber : App Store

Dari gambar diatas dapat dilihat bahwa nilai rating Wondr By BNI sebesar 4,8 dari 5. Masih cukup banyak pelanggan yang memberikan penilaian bintang 1 atau rating 1 dan juga masih ada yang memberikan bintang 2 dan 3, artinya masih banyak pelanggan yang merasa tidak puas dengan Wondr by BNI.

Sunardi dalam Artikel Media Konsumen (*mediakonsumen.com*) menuliskan kekecewaannya terhadap layanan Wondr By BNI dengan judul “Transaksi QRIS Gagal di Wondr BNI, Saldo Terpotong dan Tidak Direfund; Layanan CS Sangat Buruk”. Kasus ini tidak hanya mengungkapkan kelemahan teknis dalam sistem pembayaran seperti QRIS, tetapi juga menyoroti

kualitas respons dan tanggung jawab pihak bank dalam menangani keluhan nasabah. Hal ini menunjukkan secara langsung dampak negatif dari kegagalan sistem serta penanganan masalah yang kurang optimal terhadap tingkat kepuasan dan kepercayaan konsumen terhadap layanan keuangan digital. Dengan demikian, artikel ini menjadi bukti nyata yang relevan untuk menganalisis tantangan besar yang dihadapi industri perbankan dalam menjaga keandalan sistem serta memberikan pelayanan yang prima di era digital yang serba cepat ini.

Pengguna mengeluhkan tidak mendapatkan kualitas pelayanan yang memuaskan. Kualitas layanan yang dimaksud adalah kualitas elektronik atau *electronic service quality*, Menurut Gotama & Indrawati (2019:147) kualitas layanan elektronik atau yang dikenal sebagai *e-service quality* 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 Wondr by BNI. Hal tersebut didukung oleh dengan data-data yang telah peneliti dapatkan terkait keluhan pengguna dari aplikasi Wondr by BNI sebagai berikut.

Tabel 1.2
Keluhan Pengguna Aplikasi Wondr by BNI

No	Sumber/Tanggal	Keluhan	Indikasi Persoalan
1	AppStore/ 8 Juli	 The screenshot shows a 1-star review from 'TukangReview!' dated 8 Jul. The review text states: 'Pada saat pembukaan awal kamera tidak bisa focus untuk membaca e ktp, dan sudah dicoba 3 hari berturut juga gagal trs'. The developer response, dated 10 Jul, says: 'Hai Kak, maaf atas kendalanya. Apabila mengalami kendala scan e-KTP pada aplik more'.	Keluhan disamping mengindikasikan adanya persoalan pada variabel <i>E-Service Quality</i> terutama pada dimensi <i>Fulfilment</i> dan <i>System Availability</i> serta indikasi rendahnya kepuasan pengguna pada aplikasi Wondr by BNI

bersambung

sambungan

2	AppStore/ 24 Agustus	Verifikasi wajah gagal terus 24 Aug AlfianPrayoga ★★★★★ Berkali-kali verifikasi wajah gagal terus min, padahal sudah ikuti aturan Developer Response 26 Aug Hai Kak AlfianPrayoga, maaf utk kendalanya. Pastikan hal ini : 1. Posisi foto tdk keluar d: more	Keluhan disamping mengindikasikan adanya persoalan pada variabel <i>E-Service Quality</i> terutama pada dimensi <i>Fulfilment</i> dan <i>System Availability</i>
3	AppStore/ 2 Juli	Kesalahan system 2 Jul Mufti_Ku ★★★★★ Kesalahan system terus Developer Response 5 Jul Hai Kak Mufti_Ku, maaf sekali ya untuk kendalanya. more	Keluhan disamping mengindikasikan adanya persoalan pada variabel <i>E-Service Quality</i> terutama pada dimensi <i>System Availability</i> serta indikasi rendahnya kepuasan pengguna pada aplikasi Wondr by BNI
4	AppStore/ 25 September	Payah 25 Sep Heningpu ★★★★★ Beberapa kali transaksi pembayaran qris gagal tapi saldo terdebit. Top up link aja juga gagal tapi terdebit saldonya, dana juga gak mas more Developer Response 26 Sep Halo Kak Heningpu, maaf sekali ya untuk kendalanya. Saat ini transaksi melalui wondr more	Keluhan disamping mengindikasikan adanya persoalan pada variabel <i>E-Service Quality</i> terutama pada dimensi <i>System Availabilty</i> serta indikasi rendahnya kepuasan pengguna pada aplikasi Wondr by BNI
5	AppStore/ 6 Juli	di persulit mendaftar 6 Jul deargams ★★★★★ aplikasi tidak layak, sudah mendaftar online tapi harus mendaftar lagi ke kantor bank bni terdekat. untuk apa do buat aplikasi online more Developer Response 8 Jul Hai Kak Deargams, maaf sekali ya untuk kendalanya. Bisa diinfokan lebih detail ken more	Keluhan disamping mengindikasikan adanya persoalan pada variabel <i>E-Service Quality</i> terutama pada dimensi <i>Efficiency</i> , <i>Fulfilment</i> , <i>Responsiveness</i> dan <i>Contact</i> serta indikasi

bersambung

sambungan

			rendahnya kepuasan pengguna pada aplikasi Wondr by BNI
6	AppStore/ 10 Oktober	Verifikasi wajah bermasalah. Thu Kshdndhs Perbaiki durasi verifikasi wajah, sdh lebih dari 5 hari saya coba tdk bisa terus. Developer Response Fri Halo Kak Kshdndhs, maaf untuk kendalanya. Pastikan hal ini: 1. Posisi foto tdk keluar da more	Keluhan disamping mengindikasikan adanya persoalan pada variabel <i>E-Service Quality</i> terutama pada dimensi <i>System Availability</i>
7	AppStore/ 9 Oktober	Apps constantly has problems Wed I_PAL Both bni mobile & wonder always under maintenance or cant be open Developer Response Fri Hi Mr/Ms I_PAL, sorry for the problem. Can you inform us in more detail what kind of obst: more	Keluhan disamping mengindikasikan adanya persoalan pada variabel <i>E-Service Quality</i> terutama pada dimensi <i>System Availability</i> serta indikasi rendahnya kepuasan pengguna pada aplikasi Wondr by BNI
8	AppStore/ 9 Oktober 2024	Minta verifikasi email melulu Wed nantisaja_ Katanya terlalu banyak melakukan verifikasi email, padahal setiap masukan otp eror terus Developer Response Fri Halo Kak Nantisaja_, maaf untuk kendalanya. Kalau Kakak ada kendala verifikasi kode more	Keluhan disamping mengindikasikan adanya persoalan pada variabel <i>E-Service Quality</i> terutama pada dimensi <i>Efficiency</i> , <i>Fulfilment</i> dan <i>System Availability</i> serta indikasi rendahnya kepuasan pengguna pada aplikasi Wondr by BNI

bersambung

sambungan

9	AppStore/ 7 Oktober	fiturnya kurang Mon ☆☆☆☆☆ biawaqganteng lebih mudah aplikasi ini daripada yg BNI mobile, cuman fiturnya kurang lengkap. tidak ada fitur tarik tunai Developer Response Tue Halo Kak Biawaqganteng, terima kasih untuk review dan sarannya ya Kak. Saat ini masi more	Keluhan disamping mengindikasikan adanya persoalan pada variabel <i>E-Service Quality</i> terutama pada dimensi <i>Efficiency</i> , dan <i>Fulfilment</i> serta indikasi rendahnya kepuasan pengguna pada aplikasi Wondr by BNI
10	AppStore/ 9 Oktober	I cannot log in! Wed ☆☆☆☆☆ bablguling Please give foreigners an option to log in! I am a client of BNI and currently use Mobile banking app, and I want to try this new Wondr app. more Developer Response Fri Hi Mr/Ms bablguling, sorry for the trouble. For now, you can register wondr by BNI using more	Keluhan disamping mengindikasikan adanya persoalan pada variabel <i>E-Service Quality</i> terutama pada dimensi <i>Fulfilment</i> dan <i>System Availability</i> serta indikasi rendahnya kepuasan pengguna pada aplikasi Wondr by BNI

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2024

Berdasarkan data keluhan pengguna yang telah penulis rangkum diatas menunjukan bahwasannya masih banyak keluhan yang dialami dan diutarakan dari pengguna terhadap aplikasi Wondr by BNI. Keluhan-keluhan tersebut menunjukkan masih adanya ketidakpuasan pengguna terhadap implementasi Wondr by BNI Mobile Banking, sehingga hal tersebut masih menjadi penyebab rendahnya penggunaan aplikasi Wondr by BNI 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 Wondr by BNI 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 Wondr by BNI Mobile Banking. Jika ulasan seperti diatas terus bertambah maka akan memperluas persepsi tidak baik layanan Wondr by BNI 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.

Dalam kondisi ini, pengguna yang memiliki keterampilan teknologi data dapat dengan mudah menggunakan layanan internet untuk aplikasi Wondr by BNI 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 (*fulfilment*) 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 kompetiti

Selanjutnya untuk faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan adalah kepercayaan pelanggan. penulis melakukan pra-survey yang disebar kepada 30 pengguna Wondr BY BNI untuk data pendahuluan variable kepercayaan Berikut ini merupakan hasil survey pendahuluan yang telah penulis lakukan:

Tabel 1.3
Hasil Survey Pendahuluan Mengenai Kepercayaan

No.	Pernyataan	Tanggapan			
		Ya	%	Tidak	%
1.	Saya merasa data pribadi saya aman saat menggunakan aplikasi Wondr By BNI	19	63,33%	11	36,67%
2.	Saya percaya bahwa transaksi keuangan di Wondr By BNI terlindungi dari risiko penipuan.	6	20%	24	80%
3.	Saya percaya Wondr By BNI tidak akan menyalahgunakan informasi pribadi saya.	21	70%	9	30%
4.	Wondr By BNI memberikan layanan sesuai dengan yang dijanjikan.	4	13,33%	26	86,67%

Sumber: Data diolah oleh Penulis, 2025

Pada tabel 1.3 diatas berdasarkan dari hasil kuesioner pendahuluan yang dilakukan penulis mengenai kepercayaan terhadap Wondr By BNI dimana dari 30 responden sebesar 80% responden menyatakan bahwa mereka tidak percaya bahwa transaksi keuangan di Wondr By BNI terlindungi dari risiko penipuan. dan juga sebesar 86,67% responden menyatakan bahwa Wondr By BNI tidak memberikan layanan sesuai dengan yang dijanjikan. Hal tersebut menunjukan masih kurang baiknya Kepercayaan nasabah terhadap Wondr By BNI. Sofyani T & Undang Juju (2018) mengatakan kepercayaan akan membentuk kepuasan. Semakin baik kepercayaan terhadap produk atau jasa maka semakin tinggi kepuasan pelanggan dan akan meningkatkan loyalitas pelanggan.

Selain kepercayaan terdapat faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan diantaranya Kualitas Informasi. penulis melakukan pra-survey yang disebar kepada 30 pengguna Wondr By BNI untuk data pendahuluan variable kualitas informasi. Berikut ini merupakan hasil survey pendahuluan yang telah penulis lakukan:

Tabel 1.4
Hasil Survey Pendahuluan Mengenai Kualitas Informasi Wondr By BNI

No.	Pernyataan	Tanggapan			
		Ya	%	Tidak	%
1.	Saya jarang menemukan informasi yang salah di dalam aplikasi Wondr By BNI	19	63,33%	11	36,67%
2.	Informasi dalam aplikasi disampaikan secara lengkap dan tidak membingungkan.	16	53,33%	14	46,67%
3.	Informasi dalam aplikasi Wondr By BNI selalu diperbarui secara berkala.	21	70%	9	30%
4.	Wondr By BNI menyediakan informasi yang saya butuhkan untuk melakukan transaksi keuangan.	5	16,67%	25	83,33%

Sumber: Data diolah oleh Penulis, 2025

Pada tabel 1.4 diatas berdasarkan dari hasil kuesioner pendahuluan yang dilakukan penulis mengenai kualitas informasi dimana dari 30 responden dapat disimpulkan bahwa nasabah merasa masih kurang baik mengenai kualitas informasi di Wondr By BNI dikarenakan 83,33% responden merasa Wondr By BNI tidak menyediakan informasi yang saya butuhkan untuk melakukan transaksi keuangan.dan juga masih cukup banyak nasabah sebesar 46,67% yang merasa Informasi dalam aplikasi tidak disampaikan secara lengkap dan membingungkan. Hal tersebut menunjukan masih kurang baiknya kualitas informasi Xu, Benbasat, & Cenfetelli (2013) Menyatakan bahwa kualitas informasi memengaruhi persepsi nilai, yang berujung pada kepuasan dan niat untuk menggunakan kembali (loyalitas). Relevansi dan kejelasan informasi dapat meningkatkan kepercayaan pengguna terhadap sistem atau merek.

Beberapa hal yang sudah dipaparkan sebelumnya, menjadi alasan penulis melakukan penelitian tentang penggunaan Wondr by BNI yang memberikan pengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan Wondr by BNI di Indonesia. Pemilihan objek penelitian BNI Mobile Banking berdasarkan pada gambar 1.3 yang dimana BNI Mobile Banking menempati posisi keempat, maka dari itu implikasi dalam penelitian ini yaitu ingin mengetahui apakah kepuasan pelanggan dan adanya sikap loyalitas pelanggan terhadap suatu perusahaan terutama pada industri Perbankan BNI Mobile Banking terbaru yaitu Wondr by BNI merupakan hal yang harus lebih dipertahankan

untuk menjadi lebih unggul dibandingkan M-Bca, Bri Mobile dan Bank Mandiri serta menjaga eksistensinya dan untuk menarik konsumen baru.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana pengaruh kualitas layanan elektronik mobile banking pada Bank Negara Indonesia terhadap loyalitas melalui kepuasan pengguna di Indonesia secara menyeluruh, sehingga judul yang diangkat peneliti adalah **Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Informasi, Dan Kualitas Layanan Elektronik Terhadap Loyalitas Pengguna Wondr By BNI Mobile Banking Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening.**

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada paparan latar belakang masalah di atas, adapun perumusan masalah yang akan menjadi pembahasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Kepercayaan, Kualitas Informasi, Kualitas Layanan Elektronik, Kepuasan Pengguna dan Loyalitas Pengguna Wondr By BNI?
2. Berapa Besar Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pengguna Wondr by BNI?
3. Berapa Besar Pengaruh Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Pengguna Wondr by BNI?
4. Berapa Besar Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik Terhadap Kepuasan Pengguna Wondr by BNI?
5. Berapa Besar Pengaruh Kepuasan Pengguna Terhadap Loyalitas Pengguna Wondr by BNI?
6. Berapa Besar Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pengguna melalui Kepuasan Pengguna Wondr by BNI?
7. Berapa Besar Pengaruh Kualitas Informasi Terhadap Loyalitas Pengguna melalui Kepuasan Pengguna Wondr by BNI?
8. Berapa Besar Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik Terhadap Loyalitas Pengguna melalui Kepuasan Pengguna Wondr by BNI?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah di atas maka tujuan penulis melakukan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Untuk Mengetahui Kepercayaan, Kualitas Informasi, Kualitas Layanan Elektronik, Kepuasan Pengguna dan Loyalitas Pengguna Wondr By BNI.
2. Untuk Mengetahui Besarnya Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pengguna Wondr by BNI.
3. Untuk Mengetahui Besarnya Pengaruh Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Pengguna Wondr by BNI.
4. Untuk Mengetahui Besarnya Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik Terhadap Kepuasan Pengguna Wondr by BNI.
5. Untuk Mengetahui Besarnya Pengaruh Kepuasan Pengguna Terhadap Loyalitas Pengguna Wondr by BNI
6. Untuk Mengetahui Besarnya Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pengguna melalui Kepuasan Pengguna Wondr by BNI.
7. Untuk Mengetahui Besarnya Pengaruh Kualitas Informasi Terhadap Loyalitas Pengguna melalui Kepuasan Pengguna Wondr by BNI.
8. Untuk Mengetahui Besarnya Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik Terhadap Loyalitas Pengguna melalui Kepuasan Pengguna Wondr by BNI.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya dan melengkapi khazanah keilmuan dibidang pemasaran khususnya yang berkaitan dengan pengaruh kepercayaan, kualitas informasi dan kualitas pelayanan elektronik terhadap loyalitas pengguna dengan kepuasan pengguna sebagai variabel intervening. Disamping itu, beberapa temuan yang terungkap dalam penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan rujukan bagi peneliti berikutnya yang melakukan penelitian dalam bidang yang sama.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai salah satu bahan masukan bagi perusahaan untuk mengembangkan kepercayaan, kualitas informasi dan kualitas pelayanan elektronik yang lebih baik lagi di masa yang akan datang sehingga dapat menjaga dan

meningkatkan kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan untuk terus menggunakan Wondr By BNI

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk dapat mempermudah dalam memahami dan menelusuri isi dari penulisan penelitian ini, maka sistematika dibuat untuk memberikan gambaran umum tentang penelitian ini yang lebih jelas dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada Bab I ini menjelaskan tentang gambaran umum objek penelitian, latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, batasan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

Pada Bab II ini akan di bahas mengenai tinjauan pustaka penelitian dan lingkup penelitian, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian

BAB III METODE PENELITIAN

Pada Bab III ini akan di bahas mengenai metode penelitian yang di gunakan, jenis penelitian, variabel operisional, informan penelitian, tahapan penelitian, dan teknik pengumpulan data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan dibahas mengenai kesesuaian antara teori terhadap aktivitas observasi yang dilakukan serta pembahasan hasil observasi sehingga dapat mencapai tujuan yaitu menjawab permasalahan-permasalahan yang diangkat.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada Bab terakhir dipaparkan kesimpulan hasil observasi yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, serta saran-saran yang ingin disampaikan terhadap perusahaan yang di jadikan objek observasi.