

BAB I

LATAR BELAKANG

1.1 Latar Belakang

Era Globalisasi saat ini, persaingan bisnis antar perusahaan sangat ketat di pasar domestik maupun internasional. Banyak perusahaan yang ingin berkembang dan memperoleh keunggulan yang kompetitif dan mampu memberikan produk berupa barang dan jasa yang berkualitas. Untuk menjadi perusahaan yang unggul dalam persaingan dunia usaha bukanlah suatu hal yang mudah. Salah satunya dengan memanfaatkan adanya teknologi informasi yang dapat menjadi salah satu strategi perusahaan (Irawan 2020). Teknologi juga mempengaruhi kegiatan pemasaran karena dapat memberikan akibat pada kehidupan konsumen, terutama pola hidup dan pada pola konsumsinya (Dirwan, 2022).

Perkembangan teknologi yang pesat saat ini membuat pola hidup masyarakat berubah meninggalkan yang tradisional menuju kearah modern dengan memanfaatkan teknologi informasi, telekomunikasi dan internet. Hal ini menjadi perhatian bank saat ini, bank harus memanfaatkan teknologi untuk menunjang kegiatan perbankan yang efektif dan efisien. Inovasi-inovasi baru salah satunya dapat dicapai dengan cara mengembangkan produk dan jasa bank melalui digitalisasi. Digitalisasi merupakan proses peralihan media dari bentuk cetak ke bentuk elektronik (Patil, et al 2020).

Bank adalah suatu usaha yang bergerak dibidang kepercayaan, dalam hal ini merupakan sebagai media perantara keuangan (*financial intermedite*) antara

debitur dan kreditur (Ismanto, dkk 2019). Dalam menjalankan usahanya bank memiliki produk dan jasa untuk bisa di dimanfaatkan oleh nasabahnya.

Institusi keuangan di Indonesia semakin mengenal Internet Banking, Mobile Banking, dan SMS Banking, yang merupakan layanan digital yang berbasis online. Ini merupakan suatu perkembangan dalam teknologi dan informasi, di mana baik pihak bank maupun nasabah merasakan manfaat dari penggunaan layanan ini; bank dapat mengoptimalkan waktu dalam operasi bisnis mereka, sedangkan nasabah dapat menghemat waktu serta usaha saat memanfaatkan layanan tersebut.

Mobile Banking merupakan suatu aplikasi layanan perbankan yang berfungsi untuk memudahkan nasabah (konsumen) dalam melakukan transaksi perbankan tanpa perlu datang ke bank atau ATM kecuali penarikan uang cash (Darmeinis & Yenny 2022). Keunggulan *Mobile Banking* yaitu nasabah dapat melakukan transaksi dimana saja dan kapan saja tanpa dibatasi waktu. Layanan pada *Mobile Banking* meliputi: transaksi finansial, transaksi non finansial, move dana, cek saldo dan pembayaran tagihan yang dilakukan melalui *smartphone* maupun Tab, jaringan internet merupakan faktor utama untuk menjalankan aplikasi *Mobile Banking* (Hamdiah & Likdanawati, 2021). Manfaat dari menggunakan layanan *mobile banking* yaitu ,membuat pekerjaan menjadi lebih mudah, dapat menambah pengetahuan seseorang, mempercepat waktu penggunaan, dan dapat memperngaruhi tingkat kinerja seseorang.

Hingga saat ini, hampir semua bank tradisional telah menyediakan layanan Mobile Banking untuk menawarkan inovasi dan memenuhi kebutuhan para

pelanggannya, termasuk Bank Mandiri dengan aplikasi mobile banking yang dimilikinya yaitu *Livin by Mandiri*. Mandiri internet merupakan layanan *Mobile Banking* untuk melakukan transaksi finansial dan non finansial dengan aplikasi internet *banking* yang diperuntukkan bagi nasabah bisnis dari segmen perseorangan dan perusahaan khususnya kategori perusahaan kecil dan menengah. Fitur yang terdapat didalam layanan *Mobile Banking* mandiri antara lain informasi umum rekening, transfer, pembayaran, pembelian, administrasi, informasi bisnis dan aktivitas bisnis (www.bankmandiri.co.id, 2023).

Seiring berkembangnya teknologi terutama *Mobile Banking*, terdapat perusahaan-perusahaan dibidang perbankan diketahui memiliki tingkat kinerja operasional yang baik dan berhasil mengalahkan para pesaing. Berikut ini terdapat data hasil survey dari *Top Brand Award* Indonesia kategori *Mobile Banking* bank umum dan bank swasta diIndonesia pada tahun 2019-2023.

Tabel 1. 1

***Top Brand Index* Kategori *Mobile Banking* Bank Umum di Indonesia**

<i>Brand</i>	<i>Top Brand Index</i> (Dalam %)				
	2019	2020	2021	2022	2023
m-BCA	44,50	45,50	47,50	47,40	47,90
BRI Mobile	17,00	20,00	17,00	19,40	19,80
Livin ^{cc} by Mandiri	16,60	13,80	12,90	12,90	13,00
BNI Mobile	12,30	11,30	14,00	11,20	11,30

Sumber : *Top Brand* (2023)

Berdasarkan tabel 1 menunjukkan bahwa dalam kategori *Mobile Banking* Bank Mandiri memiliki *Top Brand Index* di posisi ke tiga tidak stabil dari setiap tahunnya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Bank Mandiri dalam hal *Mobile*

Banking masih kalah dengan Bank BCA yang berada di posisi pertama dan Bank BRI yang berada di posisi kedua dalam *Top Brand Index*.

Tabel 1. 2

Rating Nasabah Mobile Banking

<i>Mobile Banking</i>	Rating
BCA Mobile	4.6
BRImo	4.5
BNI mobile banking	4.2
Livin' by Mandiri	4.0
BTN Mobile	3.7

Sumber: *Rating Google Play Store* (2024)

Berdasarkan tabel 2 menunjukkan bahwa *rating* (penilaian) nasabah mobile banking mandiri (Livin' by mandiri) di posisi ke empat memperoleh nilai 4.0 dari 5.0 atau total rating pada penilaian. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Bank Mandiri dalam hal penilaian *mobile banking* dari nasabah masih kalah dengan Bank BCA yang berada di posisi pertama dan kemudian Bank BRI di posisi kedua selanjutnya disusul Bank BNI dalam posisi ketiga dalam rating (penilaian) di *google play store*.

Tabel 1. 3

Keluhan Nasabah Livin' by Mandiri

Keluhan Nasabah	
1.	Aplikasi yang sering error membuat nasabah sering mengeluh.
2.	Nasabah kehilangan uang direkening padahal tidak melakukan transaksi.
3.	Aplikasi Livin' by mandiri seringkali lemot sehingga memperlambat dalam bertransaksi.
4.	Ketika mau top up atau transfer harus mengatur jam dan tanggal padahal di HPjam dan tanggal sudah otomatis
5.	Tidak bisa login padahal sinyal sudah stabil.
6.	PT Bank Mandiri tidak melindungi data privasi nasabah.

Sumber: PT Bank Mandiri Kudus

Berdasarkan Tabel 3 dapat diketahui bahwa nasabah sering mengeluh atau tidak puas karena aplikasi yang sering eror dan lemot sehingga memperlambat dalam bertransaksi, kemudian ketika akan bertransaksi harus mengatur jam dan tanggal. Oleh karena itu nasabah tidak loyal dengan *Livin' by mandiri* dikarenakan banyak faktor yang dialami selama menggunakan mobile banking *livin' by mandiri*.

Research gap dalam penelitian ini terdapat pada penelitian yang telah dilakukan oleh Shankar & Jebarajakirthy (2019) dengan hasil bahwa kualitas layanan *Mobile Banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Pada hasil penelitian yang dilakukan oleh Boonlertvanich (2019) menyimpulkan bahwa Kualitas layanan *Mobile Banking* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Pandhita (2022) menemukan hasil bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Penelitian Munfaqiroh dan Dike (2022) menyatakan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Akob dan Sukarno (2022) menyimpulkan bahwa kualitas layanan *Mobile Banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Penelitian yang dilakukan Khan (2021) menemukan bahwa kualitas layanan *Mobile Banking* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Pandhita, et al, (2022) menyatakan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Pada penelitian Hailat, et al (2023)

menemukan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah. Penelitian yang dilakukan oleh Hafizh, dkk (2023) menemukan bahwa kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hasil penelitian Qoriba (2023) menyatakan bahwa kepuasan nasabah berpengaruh negatif terhadap loyalitas nasabah.

Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terkait dengan judul “PENGARUH KUALITAS LAYANAN *MOBILE BANKING* DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH DENGAN KEPUASAN NASABAH SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* (Studi pada Pengguna Layanan *Mobile Banking* Bank Mandiri Kudus)”

1.2 Ruang Lingkup

Adapun ruang lingkup permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Responden dalam penelitian ini adalah pada nasabah pengguna *Mobile Banking* mandiri cabang Kudus.
- b. Variabel eksogen pada penelitian ini adalah kualitas layanan dan kemudahan penggunaan, variabel endogen adalah loyalitas nasabah, dan variabel *intervening* adalah kepuasan nasabah.
- c. Waktu pelaksanaan penelitian dilaksanakan selama 1 bulan setelah proposal ini disetujui.

1.3 Perumusan Masalah

Penjelasan di atas, maka yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah:

- a. Bank Mandiri merupakan salah satu bank umum yang banyak dikenali masyarakat namun, dalam kategori bank umum *Mobile Banking Livin By Mandiri* berada diposisi ketiga masih kalah dengan *BCA mobile* dan *BRI mobile* (Tabel 1.1).
- b. Rating (penilaian) nasabah aplikasi *Livin by Mandiri* dalam *Play Store* berada di posisi ke empat (Tabel 1.2).
- c. Masih ditemukan keluhan dari nasabah tentang aplikasi *Livin' By Mandiri* (Tabel 1.3)

Berdasarkan identifikasi permasalahan tersebut maka pertanyaan penelitian sebagai berikut:

- a. Apakah ada pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah pada pengguna *Mobile Banking Mandiri Cabang Kudus*?
- b. Apakah ada pengaruh kemudahan penggunaan terhadap loyalitas nasabah pada pengguna *Mobile Banking Mandiri Cabang Kudus*?
- c. Apakah ada pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah pada pengguna *Mobile Banking Mandiri Cabang Kudus*?
- d. Apakah ada pengaruh kemudahan penggunaan terhadap kepuasan nasabah pada pengguna *Mobile Banking Mandiri Cabang Kudus*?
- e. Apakah ada pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada pengguna *Mobile Banking Mandiri Cabang Kudus*?

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian pada umumnya memiliki tujuan yang akan dicapai, tujuan dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah pengguna *Mobile Banking* mandiri cabang Kudus.
- b. Menganalisis pengaruh kemudahan penggunaan terhadap loyalitas nasabah pengguna *Mobile Banking* mandiri cabang Kudus.
- c. Menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah pengguna *Mobile Banking* mandiri cabang Kudus.
- d. Menganalisis pengaruh kemudahan penggunaan terhadap kepuasan nasabah pengguna *Mobile Banking* mandiri cabang Kudus.
- e. Menganalisis pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pengguna *Mobile Banking* mandiri cabang Kudus.

1.5 Manfaat Penelitian

Terkait dengan tujuan penelitian, maka penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan dapat menjadi bahan masukan ataupun pertimbangan dalam menentukan langkah yang tepat dalam menggunakan *Mobile Banking* serta kualitas layanan yang diharapkan nasabah.

2. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan referensi mengenai ilmu pengetahuan dibidang pemasaran khususnya yaitu perbankan tentang seberapa besar pengaruh kualitas layanan *Mobile Banking*, kemudahan penggunaan terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah.

