

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi telah membawa dampak disemua bidang salah satunya adalah industri perbankan. Perbankan adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank, kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Bank disebutkan sebagai badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk pinjaman untuk meningkatkan perekonomian masyarakat.

Perkembangan industri perbankan tidak hanya ditandai dengan banyaknya kantor cabang saja tetapi dilihat dari segi-segi produk yang ditawarkan serta perubahan teknologi dan perilaku nasabah yang memaksa industri perbankan harus menyesuaikan diri dengan perubahan. Untuk dapat menghadapi kompetisi yang semakin ketat, industri perbankan harus memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya kepada masyarakat yang memerlukan layanan perbankan dan harus mengikuti perubahan teknologi dalam memberikan layanan perbankan untuk mempermudah melakukan transaksi. Salah satu jenis teknologi yang diterapkan bank untuk memudahkan transaksi nasabahnya adalah *mobile banking* (Kasmir 2005).

Menurut Wahyu (2017) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa, *mobile banking* merupakan sebuah sistem layanan dari sebuah lembaga keuangan seperti bank untuk melakukan sejumlah transaksi keuangan.

Dimana dapat diakses langsung oleh nasabah melalui perangkat *mobile* seperti telepon seluler. Fasilitas *mobile banking* adalah fasilitas yang disediakan oleh bank karena melihat tuntutan kehidupan manusia yang sering melakukan transaksi bisnis dan lain sebagainya.

Penggunaan internet yang semakin hari semakin meningkat baik digunakan dalam bertransaksi melalui *mobile banking* dan digunakan untuk menggunakan media sosial lainnya seperti: *facebook*, *instagram*, *twitter*, *whatsapp* dan lain-lain. Penggunaan internet yang terus meningkat juga dapat mempengaruhi kecepatan dalam menggunakan *mobile banking*. Melalui akses internet dapat menyebabkan munculnya tindak kejahatan seperti *cyber crime*, *hacking*, dan berita bohong atau *hoax* terhadap pengguna internet, sehingga pemerintah dan lembaga keuangan sulit mengimbangi teknik kejahatan yang dilakukan dengan teknik komputer, khususnya jaringan internet.

Internet banking dipergunakan perbankan dan diperkenalkan kepada nasabah, sebagai media transaksi keuangan modern untuk mempromosikan produk perbankan maupun komunikasi antara pihak perbankan dengan nasabahnya. Salah satu bank yang mengadopsi layanan internet banking adalah BRI.

Menurut Kasmir (2010), berdasarkan UU Nomor 21 Tahun 1968, BRI hadir sebagai salah satu bank milik pemerintah yang membidangi rural. Demi menjaga kepercayaan yang diberikan nasabah kepada BRI selama bertahun-tahun, BRI selalu memperbaiki kualitas sistem pelayanannya.

Internet banking merupakan produk dari *e-banking* yang menjadi model layanan jasa keuangan terbaik yang dikembangkan BRI. Layanan internet banking ini, memberikan berbagai keuntungan, seperti penggunaan aplikasi yang mudah, murah dan praktis, sehingga dapat dijangkau atau diakses kapanpun dan dimanapun saja selama 24 jam, dengan jaminan kenyamanan dan keamanan saat bertransaksi.

Reputasi perusahaan menurut Hardjana (2008:9), merupakan kristalisasi dari citra, yang dibangun oleh masyarakat berdasarkan pengalaman langsung atau tidak langsung dan kinerja organisasi. Reputasi perusahaan mempunyai peran penting dalam membangun kepercayaan nasabah terhadap bank.

Ketika nasabah memutuskan untuk menggunakan produk jasa keuangan dari perbankan, nasabah terlebih dahulu mencari informasi tentang perbankan yang akan dituju, melalui berbagai media cetak, elektronik, maupun media lainnya. Informasi tersebut berkaitan dengan pelayanan, akses transaksi maupun dari penawaran keuntungan produk jasa keuangan yang diberikan. Apabila nasabah memilih perbankan yang diyakini memiliki reputasi yang bagus dan dapat memenuhi kebutuhannya sesuai yang diharapkannya, maka nasabah secara langsung akan memiliki pandangan atau kesan yang baik terhadap perbankan tersebut.

Penggunaan *mobile banking* yang dirasa sulit dan rawan akan pencurian data serta penipuan membuat nasabah merasa bahwa pelayanan di *counter teller* merupakan pilihan yang tepat.

Maka untuk membuat nasabah menjadi loyal pada layanan ini, peningkatan kualitas layanan seperti pada peningkatan keamanan, kepercayaan dan selalu menjaga reputasi perusahaan merupakan solusi yang terbaik agar nasabah tetap loyal.

Bimaniar et al. (2018) menjelaskan bahwa dalam penggunaan sistem informasi, sebagian besar pengguna akan melihat kemudahannya, semakin seseorang merasa bahwa sistem tersebut mudah maka akan semakin tinggi pula niat seseorang untuk menggunakan. Dengan begitu, seseorang cenderung akan semakin loyal pula pada sistem tersebut. Kemudian, Winata (2018) juga menyatakan bahwa masih banyak nasabah yang berpikir bahwa penggunaan *mobile banking* ini rumit dan meragukan aspek keamanannya karena menganggap transaksi yang dilakukan secara langsung di *counter teller* lebih aman dan diverifikasi oleh pihak Bank.

Bahrudin dan Zuhro (2015) menyatakan bahwa untuk membangun loyalitas pelanggan tinggi diperlukan kepercayaan yang tinggi dari pelanggan. Hal yang sama pun dikemukakan oleh Darwin et al. (2018) dimana kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan yang berarti bahwa tingkat kepuasan memiliki pengaruh dalam membentuk tingkat loyalitas dari nasabah. Dengan demikian, kepercayaan dan kepuasan yang diterima oleh nasabah mampu membentuk mereka menjadi semakin loyal.

Terdapat beberapa keuntungan strategik bagi perusahaan tentang pentingnya mempertahankan loyalitas pelanggan. Imbalan dari loyalitas bersifat jangka panjang dan kumulatif.

Jadi semakin lama loyalitas seorang konsumen, semakin besar laba yang dapat diperoleh perusahaan dari seorang konsumen (Griffin, 2002). Seorang pelanggan yang loyal akan menjadi asset yang sangat bernilai bagi organisasi. Dipertahankannya pelanggan yang loyal dapat mengurangi usaha mencari pelanggan baru, memberikan umpan balik positif kepada organisasi, dan loyalitas mempunyai hubungan positif dengan profitabilitas (Dharmmesta, 2005).

Berdasarkan uraian latar belakang dan wacana tersebut peneliti tertarik untuk meneliti dengan judul Pengaruh Keamanan, Kepercayaan dan Reputasi Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah *Mobile Banking* BRImo (Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Semarang)

1.2 Rumusan Masalah

- a. Bagaimana pengaruh Keamanan secara parsial terhadap Loyalitas Nasabah *Mobile Banking* BRImo?
- b. Bagaimana pengaruh Kepercayaan secara parsial terhadap Loyalitas Nasabah *Mobile Banking* BRImo?
- c. Bagaimana pengaruh Reputasi Perusahaan secara parsial terhadap Loyalitas Nasabah *Mobile Banking* BRImo?
- d. Bagaimana pengaruh Keamanan, Kepercayaan, dan Reputasi Perusahaan secara simultan terhadap Loyalitas Nasabah *Mobile Banking* BRImo?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini dibedakan menjadi 2 tujuan yaitu, tujuan umum dan tujuan khusus:

1.3.1 Tujuan umum

Tujuan umum dari penelitian yang dilakukan adalah untuk mengidentifikasi Pengaruh Keamanan, Kepercayaan dan Reputasi Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah *Mobile Banking* BRImo Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Semarang.

1.3.2 Tujuan khusus

- a. Untuk menganalisis dan mendeskripsikan pengaruh Keamanan secara parsial terhadap loyalitas nasabah *mobile banking* BRImo
- b. Untuk menganalisis bagaimana pengaruh Kepercayaan secara parsial terhadap loyalitas nasabah *mobile banking* BRImo
- c. Untuk menganalisis dan mendeskripsikan pengaruh Reputasi Perusahaan secara parsial terhadap loyalitas nasabah *mobile banking* BRImo
- d. Untuk menganalisis dan mendeskripsikan pengaruh Keamanan, Kepercayaan dan Reputasi Perusahaan secara simultan terhadap Loyalitas Nasabah *mobile banking* BRImo

1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1.4.1 Manfaat teoritis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan pikiran terhadap pengembang ilmu terutama yang berhubungan dengan manajemen pemasaran.

1.4.2 Manfaat praktis

- a. Bagi perusahaan, sebagai masukan dan bahan pertimbangan dalam menentukan keputusan manajemen dan kebijaksanaan perusahaan.

- b. Bagi penulis, sebagai sarana untuk menambah wawasan dan memperluas ilmu pengetahuan serta sebagai media belajar untuk dapat mengidentifikasi dan memecahkan permasalahan secara ilmiah.
- c. Bagi civitas akademik, sebagai bahan referensi dan sebagai tambahan informasi bagi mahasiswa mengenai pemikiran dan bahan kajian dalam penelitian selanjutnya.

1.5 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika pembahasannya adalah sebagai berikut :

Bab I Pendahuluan

Bab ini berisi uraian latar belakang masalah mengenai fenomena yang sedang terjadi sehingga dapat dirumuskan permasalahannya lalu menentukan tujuan dan kegunaan penelitian serta bagaimana sistematika penulisannya. Berdasarkan fenomena yang melatarbelakangi penelitian ini, peneliti melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Keamanan, Kepercayaan dan Reputasi Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah *Mobile Banking* BRImo (Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Semarang)”

Bab II Tinjauan Pustaka

Bab ini berisi sumber-sumber literatur yang digunakan dalam penelitian ini seperti teori-teori yang bersangkutan dengan variabel-variabel penelitian dan definisinya. Bab ini akan memuat definisi pemasaran, definisi *mobile banking*, faktor yang mempengaruhi sikap terhadap *mobile banking*, definisi loyalitas nasabah, tingkat loyalitas nasabah, faktor loyalitas nasabah, indikator loyalitas nasabah, definisi keamanan, indikator keamanan,

definisi kepercayaan, indikator kepercayaan, definisi reputasi perusahaan, indikator reputasi perusahaan. Selain berisi sumber-sumber literatur, pada bab ini juga berisi tabel penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis.

Bab III Metode Penelitian

Bab ini berisi uraian mengenai metode yang digunakan dalam penelitian ini yang meliputi variabel penelitian, definisi operasional, dan pengukuran variabel; jenis dan sumber data; metode pengumpulan data; dan metode analisis.

Variabel penelitian dan definisi operasional merupakan uraian dari variabel yang digunakan dalam penelitian ini beserta definisi secara operasional sebagai dasar penelitian objek yang diteliti. Pengukuran variabel diuraikan ke dalam populasi dan sampel untuk menentukan wilayah objek penelitian sesuai dengan karakteristik yang ditentukan oleh peneliti. Jenis dan sumber data menguraikan jenis data yang digunakan dalam penelitian ini serta dari mana sumber data diperoleh. Metode pengumpulan dan analisis data menguraikan bagaimana peneliti memperoleh data yang diperlukan serta instrumen yang digunakan untuk menganalisis data yang telah diperoleh.

Bab IV Hasil dan Pembahasan

Bab ini merupakan bagian terpenting dalam penelitian karena berisi jawaban dari permasalahan yang diteliti. Pada bab ini diuraikan deskripsi obyek penelitian, analisis data, dan pembahasan. Deskripsi obyek penelitian menguraikan keterkaitan variabel-variabel dengan masalah yang diteliti.

Analisis data dan pembahasan menyajikan bagaimana data-data yang diperoleh diolah dan dianalisis, kemudian hasil dari analisis tersebut diuraikan dengan penjelasan yang detail.

Bab V Penutup

Bab ini berisi kesimpulan dari analisis yang telah dilakukan serta saran dari peneliti untuk berbagai pihak yang bersangkutan dalam penelitian ini. Kesimpulan merupakan pernyataan singkat yang mewakili hasil dari penelitian. Saran merupakan usulan dari peneliti berdasarkan hasil penelitian kepada pihak-pihak yang bersangkutan.

