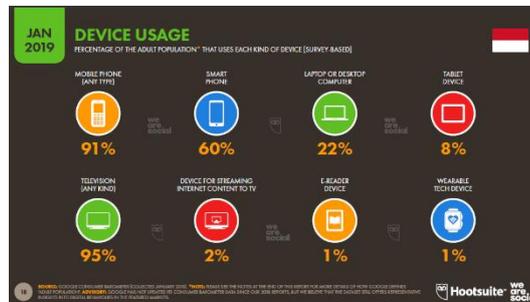


BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

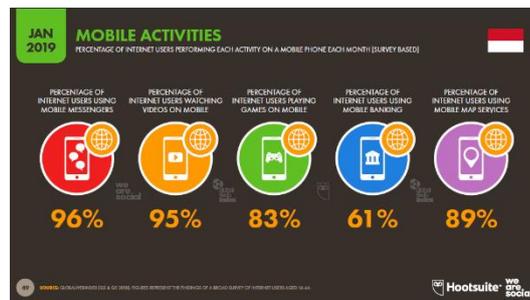
Zaman menjadi semakin maju seiring dengan perubahan zaman, terutama pada aspek perubahan industri dan teknologi pada era *society 5.0*. Melalui teknologi, peneliti dapat melakukan berbagai hal dengan mudah serta menjadikan waktu lebih efektif dan efisien.



Gambar 1.1

Percentage Of The Adult Population 2019

Sumber : <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2019/>



Gambar 1.2

Percentage Of The Internet Users On A *Mobile* Phone Data Januari 2019

Sumber : <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2019/>

Internet dan jaringan komunikasi mulai mendominasi di era teknologi yang semakin maju ini, terutama di Indonesia. Mengutip data Hootsuite, tingkat persentase pengguna *smartphone* sebesar 60%, dan persentase pengguna aktif

internet, yang digunakan untuk *mobile banking* sebesar 61%. Fitur perbankan memiliki tujuan untuk membuat segala sesuatu menjadi mudah untuk digunakan dan bermanfaat seperti fitur dalam aplikasi *smartphone* untuk memudahkan transaksi antar nasabah, sebagai contoh pada saat peneliti harus membeli voucher isi ulang, kini peneliti dapat melakukan transaksi di dalam rumah tanpa perlu melangkah keluar rumah. Pengertian *mobile banking* menurut Riswandi, *et al.*, (2005) dalam Gumilang, Rizky (2019), menegaskan bahwa *mobile banking* adalah suatu kegiatan transaksi perbankan yang memberikan layanan inovatif yang ditawarkan oleh bank kepada pengguna lewat *smartphone*. Melalui *smartphone* dan layanan *mobile banking*, kegiatan untuk mendatangi bank secara *offline* kini dapat dilakukan tanpa harus mengunjungi gerai bank.

Dengan nasabah menggunakan *smartphone*, nasabah dapat menghemat waktu dan biaya. Selain menghemat waktu, *mobile banking* bertujuan agar nasabah bisa lebih mudah dalam menggunakan dan memanfaatkan media *smartphone* yang digunakan untuk berkomunikasi, berbisnis atau bertransaksi. Dengan adanya *mobile banking*, aktivitas-aktivitas perbankan dapat memberikan kemudahan bagi nasabah pada saat bertransaksi, seperti pada saat melakukan cek saldo, transfer antar rekening, maupun transfer ke bank lain dimana saja dan kapan saja yang tentunya dapat mengurangi *human error*, atau kesalahan dari pihak nasabah ataupun dari pihak perbankan itu sendiri. Sistem *mobile banking* yang telah mencapai tahap aplikasi transaksional telah di gunakan oleh beberapa bank seperti BCA, BRI, Mandiri, BNI dan CIMB. Dengan adanya persaingan ketat antar perbankan, dan banyaknya pengguna *mobile banking*, nominasi top index dapat peneliti jadikan sebagai tolak ukur agar peneliti dapat mengukur kinerja beberapa merk yang ada di Indonesia. Terdapat beberapa bank konvensional yang telah masuk ke dalam nominasi top index dalam kategori *e-channel*.

Tabel 1.1 Top Brand Award Kategori E-Channel

Mobile Banking	
Merk	TBI 2020
BCA Mobile	45,5 %
BRI Mobile	20,5 %

Lanjutan dari tabel 1.1

M-Banking Mandiri	13,8 %
BNI <i>Mobile</i>	11,3 %
CIMB Niaga <i>Mobile</i>	4,0 %

Sumber: <https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/>

Pada saat ini, posisi *market leader* pada *mobile banking* berhasil diraih oleh Bank Central Asia (BCA), dengan nama aplikasi *BCA mobile*, yang dapat peneliti lihat berdasarkan data dalam tabel 1.1. Berdasarkan data diatas, maka dapat disimpulkan bahwa konsumen yang setia terhadap bank BCA adalah sebanyak hampir separuh dari total pengguna bank BCA, karena telah menggunakan aplikasi *BCA mobile*. Davis *et al.*, (1989) dalam Yoon, Jeewhan (2020), menegaskan bahwa *perceived usefulness* merupakan sejauh mana seseorang percaya dalam menggunakan sebuah sistim yang akan meningkatkan kinerja pekerja. Davis *et al.*, (1989) dalam Pratama, Andhika Bayu (2019), *perceived ease of use* didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya dalam menggunakan sebuah sistem akan bebas dari usaha. Oleh karena itu aplikasi yang bermanfaat dan mudah untuk digunakan oleh nasabah, akan lebih mudah untuk diterima oleh pengguna.

Banyak nasabah merasa sangat dimudahkan dikarenakan oleh *BCA mobile*, Menurut Kotler dan Keller (2009) dalam Panjaitan, Januar Effendi, *et al.*, (2016), apabila ekspektasi pelanggan tercapai, maka pelanggan akan sangat puas dan senang. Menurut Pikkarainen, Tero (2004) dengan mengacu pada Senjaya, Vivie (2013), *Customer experience quality* adalah seluruh kejadian yang terjadi sebelum hingga setelah terjadinya pembelian yang akan menciptakan sebuah kualitas pengalaman. Apabila nasabah merasakan kemudahan dan manfaat dari *mobile banking*, maka nasabah akan menjadi semakin sering untuk menggunakan *mobile banking*. Selain itu, dengan aplikasi *mobile banking* memiliki *customer experience quality*, maka reputasi dan tujuan perusahaan yang mengarah ke *customer satisfaction*, akan semakin menarik minat konsumen baru, dan mempertahankan konsumen lama agar dapat tetap bertransaksi di masa mendatang.

Melalui penelitian yang telah ditulis dalam latar belakang masalah, serta beberapa studi literatur yang ada, maka diajukan sebuah penelitian dengan judul

“PENGARUH *PERCEIVED USEFULNESS* DAN *PERCEIVED EASE OF USE* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* MELALUI *CUSTOMER EXPERIENCE QUALITY* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PENGGUNA *BCA MOBILE* DI SURABAYA”.

1.2 Perumusan Masalah

Menurut latar belakang penelitian yang telah ditunjukkan, pertanyaan penelitian berikut dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah *perceived usefulness* *BCA mobile* memiliki pengaruh signifikan terhadap *customer experience quality*?
2. Apakah *perceived ease of use* *BCA mobile* memiliki pengaruh signifikan terhadap *customer experience quality*?
3. Apakah *perceived usefulness* *BCA mobile* memiliki pengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction*?
4. Apakah *perceived ease of use* *BCA mobile* memiliki pengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction*?
5. Apakah *perceived usefulness* *BCA mobile* memiliki pengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* melalui *customer experience quality*?
6. Apakah *perceived ease of use* *BCA mobile* memiliki pengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* melalui *customer experience quality*?
7. Apakah *customer experience quality* *BCA mobile* yang dirasakan oleh pelanggan memiliki pengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian yang dinyatakan, maka tujuan penelitian dapat disimpulkan:

1. Menguji pengaruh *perceived usefulness* *BCA mobile* terhadap *customer experience quality*

2. Menguji pengaruh *perceived ease of use* BCA mobile terhadap *customer experience quality*
3. Menguji pengaruh *perceived usefulness* BCA mobile terhadap *customer satisfaction*
4. Menguji pengaruh *perceived ease of use* BCA mobile terhadap *customer satisfaction*
5. Menguji pengaruh *perceived usefulness* BCA mobile terhadap *customer satisfaction* melalui *customer experience quality*
6. Menguji pengaruh *perceived ease of use* BCA mobile terhadap *customer satisfaction* melalui *customer experience quality*
7. Menguji pengaruh *customer experience quality* BCA mobile terhadap *customer satisfaction*

1.4 Manfaat Penelitian

Dari tujuan yang disimpulkan, diharapkan agar penelitian ini dapat memberikan manfaat yang signifikan dalam aspek akademik dan praktis:

1. Manfaat akademik

Diharapkan agar penelitian dapat dijadikan sebagai acuan dalam pembelajaran dan penelitian lanjutan pada variabel *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* yang akan memiliki pengaruh terhadap *customer experience quality*, dan yang pada akhirnya akan mempengaruhi *customer satisfaction*.

2. Manfaat Praktis

BCA di Surabaya dapat menjadikan penelitian ini sebagai acuan pembelajaran dan penelitian agar dapat mengembangkan aplikasi yang efektif di dalam perusahaanya dan agar bank BCA dapat meningkatkan layanan dan fitur yang lebih maju & lebih baik yang pada akhirnya dapat memenuhi kebutuhan dan memecahkan masalah pelanggan.

1.5 Sistematika Penelitian

Berdasarkan sistematika penulisan, maka hasil dari penelitian ini akan disusun:

BAB 1 : PENDAHULUAN

Bab 1 berisikan mengenai latar belakang masalah; perumusan masalah; tujuan penelitian; manfaat penelitian; serta sistematika penulisan.

BAB 2 : TINJAUAN PUSTAKA

Bab 2 berisikan mengenai landasan teori; perbandingan penelitian terdahulu dan sekarang; pengembangan hipotesis; serta rerangka penelitian.

BAB 3 : METODE PENELITIAN

Bab 3 berisikan mengenai desain penelitian; identifikasi, definisi operasional dan pengukuran variabel; jenis data dan sumber data; metode pengumpulan data; populasi, sampel, dan teknik pengambilan sampel; serta teknik analisis data

BAB 4: ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab 4 berisikan mengenai subjek penelitian; karakteristik responden; statistic deskriptif data; hasil analisis data; serta pembahasan.

BAB 5: KESIMPULAN, BATASAN, DAN SARAN

Bab 5 berisikan mengenai bagian penutup dari hasil penelitian. Hasil penelitian akan disimpulkan, keterbatasan dan saran dapat menjadi masukan di masa depan bagi objek penelitian.