

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) telah membawa perubahan besar dalam industri perbankan. Bank-bank mulai beralih ke layanan elektronik (*e-service*) untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas layanan mereka. Di sisi lain persaingan di industri perbankan semakin ketat dan semakin tinggi. Bank-bank harus bersaing untuk menarik dan mempertahankan nasabah. Kepuasan nasabah menjadi faktor penting bagi bank untuk mencapai keunggulan kompetitif.

Seperti yang telah diketahui sebelumnya, dengan adanya kemajuan teknologi sekarang ini, batasan jarak dan waktu dapat dipersempit sehingga semuanya terasa lebih efektif dan efisien. Kompetisi yang ketat disertai dengan permintaan nasabah telah menggerakan industri perbankan ke tantangan yang lebih jauh. Pihak perbankan harus dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabahnya agar dapat memenangkan persaingan didunia modern saat ini sekaligus meningkatkan kepuasan nasabah.

Bank juga terus berinisiatif untuk memberikan kecepatan, ketepatan, kenyamanan, dan keamanan bagi nasabah dalam bertransaksi. Hal ini sejalan dengan peningkatan tren pemanfaatan teknologi digital oleh nasabah (Jatmiko, 2021). Tren inovasi dunia perbankan saat ini semakin berkembang dan menyesuaikan diri dengan kebutuhan masyarakat. Mulai menerbitkan uang elektronik, *mobile banking*, *internet banking*, dan lain-lain. Fasilitas itu untuk

mempermudah nasabah bertransaksi (Mediaindonesia.com, 2017) Mobile Banking atau biasa disingkat dengan M-banking, merupakan transaksi perbankan melalui media handphone baik dalam bentuk aplikasi M-banking atau operator seluler yang dapat diakses dimana saja dan kapan saja (Sihotang & Hudi, 2023)

Selanjutnya dalam usaha pada bisnis berbasis online seperti perbankan yang menggunakan layanan *electronic banking (e-banking)* maka upaya-upaya menyampaikan kepuasan akan berbeda dan tugas pemasar adalah melakukan penyesuaian atas perbedaan itu sehingga kepuasan terhadap sebuah bisnis berbasis online akan tercapai. *E-satisfaction* merupakan salah satu pengembangan kepuasan nasabah, dimana transaksi dilakukan dengan melalui fasilitas jaringan *internet*. Prisanti et al., (2017) menyatakan *e-satisfaction* adalah hasil evaluasi konsumen terhadap emosi terkait dengan terpenuhi tidaknya harapan konsumen berdasarkan pada pengalaman bertransaksi secara *online*.

Salah satu faktor yang mempengaruhi *e-satisfaction* nasabah pengguna *mobile banking* adalah *e-service quality*. *E-service quality* diartikan sebagai penilaian nasabah terhadap kualitas dan keunggulan layanan m-banking. Hal ini berarti bahwa nasabah menilai positif terhadap kualitas dan keunggulan layanan elektronik yang ditawarkan oleh m-banking, sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin berkualitas layanan elektronik dari mbanking akan berdampak langsung terhadap kepuasan nasabah setelah menggunakan mbanking untuk kegiatan keuangan secara online (Gunawan et al., 2023)

Faktor lainnya yang mempengaruhi *e-satisfaction* adalah *e-trust*. *E-trust* adalah kepercayaan dan keyakinan nasabah terhadap kinerja m-banking. *E-trust*

diartikan nasabah percaya dan yakin dengan reputasi, kemananan transaksi dan keyakinan terhadap aplikasi m-banking ketika digunakan atau akan digunakan kembali. Kepercayaan nasabah dalam bertansaksi menggunakan m-banking dapat meningkatkan kepuasan nasabah terhadap aplikasi tersebut dan sebaliknya apabila kepercayaan rendah maka kepuasan akan rendah. Kepuasan nasabah yang tinggi terhadap m-banking di indikasikan dengan pengalaman yang positif atau menyenangkan, karena kinerja aplikasi sesuai dengan harapan (Gunawan et al., 2023).

Kota Padang merupakan salah satu kota di Provinsi Sumatera Barat yang memiliki banyak perusahaan perbankan, dimana salah satunya banknya adalah Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat atau yang dikenal dengan Bank Nagari. Nisaputra (2018) menyatakan untuk menjawab kebutuhan masyarakat di era digital Bank Nagari meluncurkan layanan *mobile banking* pada November 2018 dengan nama Nagari Mobile Banking. Layanan Nagari Mobile Banking ini dapat digunakan untuk melakukan sejumlah transaksi keuangan untuk nasabah yang menginginkan kemudahan transaksi perbankan, dimana layanan ini juga memberi banyak manfaat bagi nasabah berupa transkaksi bersifat real time. Berikut dipaparkan data jumlah nasabah tabungan Bank Nagari dan pengguna Nagari *Mobile Banking* periode November 2018 sampai tahun 2023 pada Bank Nagari Wilayah Sumatera Barat :

Tabel 1.1
Jumlah Nasabah Tabungan Bank Nagari dan Pengguna Nagari Mobile
Banking Periode November 2018 Sampai Tahun 2023
Pada Bank Nagari Wilayah Sumatera Barat (orang)

Tahun	Nasabah Tabungan	Nasabah Pengguna Nagari Mobile Banking	Persentase Pengguna Nagari Mobile Banking
Nov 2018	1.426.437	39.332	2,76
2019	1.605.695	43.422	2,70
2020	1.757.257	85.113	4,84
2021	1.918.812	145.703	7,59
2022	2.071.321	216.799	10,47
2023	1.602.189	281.501	17,57

Sumber : Bank Nagari Cabang Utama, Mei 2024

Dari tabel 1.1 terlihat bahwa dari November 2018 sampai tahun 2022 jumlah nasabah tabungan meningkat dan menurun pada tahun 2023, sementara untuk nasabah pengguna Nagari Mobile Banking dari November 2018 sampai tahun 2023 terus mengalami peningkatan. Namun jika dilihat dari persentase nasabah pengguna Nagari Mobile Banking terlihat bahwa tingkat penggunaan Nagari Mobile Banking hanya berkisar dari 2,70% sampai 17,57% dari jumlah Nasabah tabungan yang ada. Hal ini dapat menunjukkan *e-satisfaction* nasabah dalam menggunakan Nagari Mobile Banking masih rendah, dikarenakan jika dibandingkan dengan aplikasi mobile banking perbankan lainnya aplikasi Nagari Mobile Banking memiliki keterbatasan pada fitur perbankan yang disediakan untuk memudahkan layanan perbankan yang diberikan, sehingga hal tersebut mempengaruhi *e-satisfaction* nasabah untuk menggunakannya.

Selanjutnya seiring perkembangan teknologi, Bank Nagari terus melakukan inovasi dan bertransformasi dengan kemajuan teknologi informasi dalam memberi kemudahan layanan terhadap nasabah melalui pengembangan aplikasi digital

perbankan. Dimana pada Juli 2023 Bank Nagari meluncurkan aplikasi Ollin By Nagari untuk menggantikan Nagari *Mobile Banking*. Kelebihan aplikasi Ollin By Nagari adalah fitur-fitur perbankan yang ditawarkan lebih lengkap, terdapat pengelompokan fitur-fitur perbankan, dan fitur yang ditawarkan sudah beragam. Hal ini memberikan kemudahan bagi nasabah untuk melakukan transaksi perbankan karena bagi nasabah fitur perbankan menentukan pemanfaatan aplikasi lebih banyak untuk melakukan transaksi perbankan, sekaligus mempengaruhi kepuasan nasabah untuk menggunakan aplikasi Ollin By Nagari.

Berdasarkan informasi dari Bank Nagari Cabang Utama April 2024 pengguna Nagari Mobil Banking hingga April 2024 sebanyak 330.548 orang, sementara pengguna aplikasi Ollin By Nagari baru mencapai 163.307 orang. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat penggunaan aplikasi Ollin By Nagari masih rendah, meskipun berdasarkan informasi dari play store Juni 2024 jumlah yang mendownload aplikasi sudah 10 ribu lebih pengguna. Penyebab rendahnya tingkat penggunaan aplikasi Ollin By Nagari adalah karena aplikasi sering error, selain itu beberapa nasabah yang memberikan rating dan ulasan pada play store mengatakan mengalami kesulitan untuk mendaftar pada aplikasi, ketika aplikasi diupdate nasabah tidak dapat login atau kesulitan login dan tidak dapat mengakses fitur aplikasi, selain itu juga kesulitan untuk menggunakan aplikasi jika melakukan instal ulang aplikasi aplikasi Ollin By Nagari.

Berdasarkan survey awal pada 30 orang nasabah pengguna Ollin By Nagari di kota Padang berkaitan *e-service quality, e-trust, dan e-satisfaction* diperoleh hasil sebagai berikut jika dirata-ratakan per variabel ditemukan pada *e-service*

quality 8 orang (26,7%) nasabah tidak setuju ketika Ollin By Nagari diperlukan untuk melakukan sesuatu pada waktu tertentu, M-Banking dapat melakukannya.

Selanjutnya dari segi *e-trust* 3 orang (10%) nasabah menyatakan tidak setuju percaya akan reputasi baik dari Ollin By Nagari . Selain itu juga tidak setuju percaya akan keamanan transaksi menggunakan Ollin By Nagari. Hal ini dikarenakan nasabah mengeluhkan bahwa aplikasi sering “time out” saat melakukan transaksi perbankan. Selain itu dari *e-satisfaction* 8 orang (26,7%) nasabah tidak setuju kinerja Ollin By Nagari sesuai harapan dan nasabah tidak setuju puas melakukan transaksi keuangan online malalui Ollin By Nagari . Hal ini dikarenakan pada jam-jam tertentu fitur perbankan yang ditawarkan tidak dapat dipergunakan.

Banyaknya aplikasi mobile banking yang bermunculan tentunya menciptakan persaingan yang ketat antar sesama pelaku bisnis perbankan, selain harus menjaga kemampuan aplikasi mobile banking untuk memenuhi kebutuhan transaksi perbankan nasabah. Para pebisnis perbankan juga harus gencar untuk melakukan langkah untuk selalu melakukan inovasi dan perbaikan terhadap layanan mobile banking agar tetap digemari nasabah untuk menciptakan *e-satisfaction* baik dengan melakukan perbaikan pada *e-service-quality*, *e-trus* serta meningkatkan citra perusahaan dimata nasbahah. Hal ini sangat penting untuk melanjutkan hubungan jangka panjang antara pihak bank dan nasabah.

Penelitian ini merupakan modifikasi dari beberapa penelitian Chandra et al., (2015), Prisanti et al., (2017), Nawangasari & Putri (2020), dan Pambudi & Solihah (2022) dimana perbedaan penelitian ini dari penelitian sebelumnya adalah dari objek penelitian serta variabel yang digunakan. Penelitian ini menggunakan objek

berupa nasabah pengguna Ollin By Nagari di Kota Padang. Variabel penelitian yang dipergunakan yaitu *e-service quality*, sebagai variabel eksogen, *e-trust* sebagai variabel mediasi kemudian *e-satisfaction* sebagai variabel endogen yang digabung dalam sebuah model kerangka konseptual.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan maka penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh *e-service quality* tehadap *e-trust* nasabah pengguna Ollin By Nagari di Kota Padang?
2. Bagaimana pengaruh *e-service quality* tehadap *e-satisfaction* nasabah pengguna Ollin By Nagari di Kota Padang?
3. Bagaimana pengaruh *e-trust* tehadap *e-satisfaction* nasabah pengguna Ollin By Nagari di Kota Padang?
4. Bagaimana pengaruh *e-service quality* tehadap *e-satisfaction* dengan *e-trust* sebagai variabel mediasi pada nasabah pengguna Ollin By Nagari Di Kota Padang?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetauui pengaruh *e-service quality* tehadap *e-trust* nasabah pengguna Ollin By Nagari di Kota Padang.
2. Untuk mengetauui pengaruh *e-service quality* tehadap *e-satisfaction* nasabah pengguna Ollin By Nagari di Kota Padang.

3. Untuk mengetahui pengaruh *e-trust* terhadap *e-satisfaction* nasabah pengguna Ollin By Nagari di Kota Padang.
4. Untuk mengetahui pengaruh *e-service quality* terhadap *e-satisfaction* dengan *e-trust* sebagai variabel mediasi pada nasabah pengguna Ollin By Nagari Di Kota Padang.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat pada berbagai pihak diantaranya sebagai berikut:

1. Secara Praktis

Penelitian ini dapat menjadi bahan kajian dalam menambah pengetahuan khususnya mengenai pengaruh *e-service quality* terhadap *e-satisfaction* dengan *e-trust* sebagai variabel mediasi kepada para pembaca baik dari pihak internal maupun pembaca eksternal.

2. Secara Teoritis

- a. Penelitian ini dapat dijadikan acuan bagi peneliti selanjutnya dalam melakukan penelitian. Selain itu, hasil penelitian ini dapat menambah pengetahuan dalam menerapkan ilmu pengetahuan yang telah diperoleh selama perkuliahan dengan kondisi yang terjadi dilapangan serta untuk menambah referensi dalam melakukan penelitian sejenis terkait dengan judul yang diangkat.

- b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat berupa sumbangan pemikiran terutama dalam bidang manajemen pemasaran yang menggunakan layanan jasa aplikasi elektronik.

1.5 Batasan Masalah

Agar penelitian lebih terfokus dan tidak meluas dari pembahasan maka proposal ini membahas tentang:

1. Penelitian ini hanya akan membahas mengenai pengaruh *e-service quality* tehadap *e-satisfaction* dengan *e-trust* sebagai variabel mediasi pada nasabah pengguna Ollin By Nagari Di Kota Padang.
2. Sampelnya adalah nasabah pengguna Ollin By Nagari Di Kota Padang

1.6 Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi ini terdiri dari 5 bab, yang diuraikan kedalam sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan

Dalam bab ini diuraikan tentang latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, dan sistematika penulisan.

BAB II Tinjauan Pustaka

Dalam bab ini diuraikan tentang landasan teori yang terdiri dari *e-satisfaction*, *e-service quality*, *e-trust*. Selanjutnya juga membahas penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis dan kerangka konseptual.

BAB III Metode Penelitian

Dalam bab ini diuraikan tentang jenis penelitian, objek penelitian, populasi dan sampel, definisi operasional variabel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data , serta metode analisis data.

BAB IV Hasil dan Pembahasan

Dalam bab ini diuraikan tentang Kriteria sampel, karakteristik responden, analisis data, pengujian hipotesis dan pembahasan serta pengujian efek mediasi. Penelitian akan mendeskripsikan hasil yang telah didapat dilapangan sehingga analisis data yang dilakukan merupakan data yang tepat sesuai dengan harapan penelitian

BAB V Kesimpulan

Dalam bab ini diuraikan tentang kesimpulan dan saran dari hasil penelitian yang dilakukan.