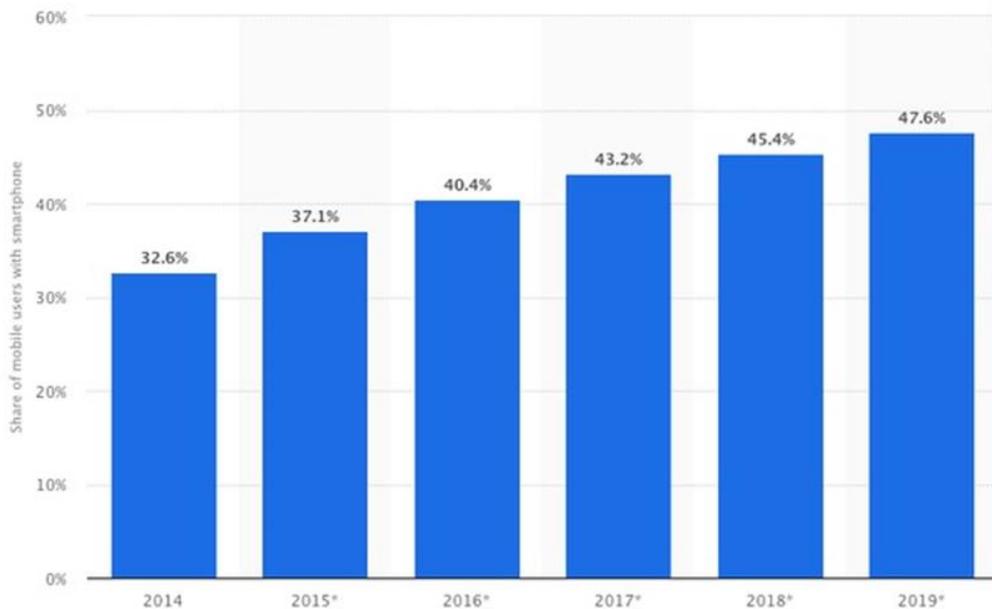


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perbankan adalah industri yang menangani uang tunai, kredit, dan transaksi keuangan lainnya. Perbankan dapat didefinisikan sebagai kegiatan bisnis dalam menerima dan menjaga uang yang dimiliki oleh individu dan entitas lainnya, dan kemudian meminjamkan uang ini untuk melakukan kegiatan ekonomi seperti menghasilkan untung atau sekadar menutupi biaya operasional (kamus.tokopedia.com, diunduh pada 15 Februari 2021). Seiring berjalannya waktu, industri perbankan terus berkembang mengikuti perubahan zaman dan teknologi. Orang-orang sudah mulai memanfaatkan dan menggunakan teknologi dengan benar, khususnya di industri perbankan yang mulai merambah ke jalur *digital* atau yang biasa disebut dengan *Mobile Banking* (M-Banking). *Mobile banking* merupakan layanan yang memungkinkan nasabah bank melakukan transaksi perbankan melalui ponsel atau *smartphone*. Layanan *mobile banking* dapat digunakan dengan menggunakan menu yang sudah tersedia melalui aplikasi yang dapat diunduh dan diinstal oleh nasabah. *Mobile banking* menawarkan kemudahan jika dibandingkan dengan *SMS banking* karena nasabah tidak perlu mengingat format pesan SMS yang akan dikirimkan ke bank dan juga nomor tujuan *SMS banking* (www.shinhan.co.id, diunduh pada 15 Februari 2021).



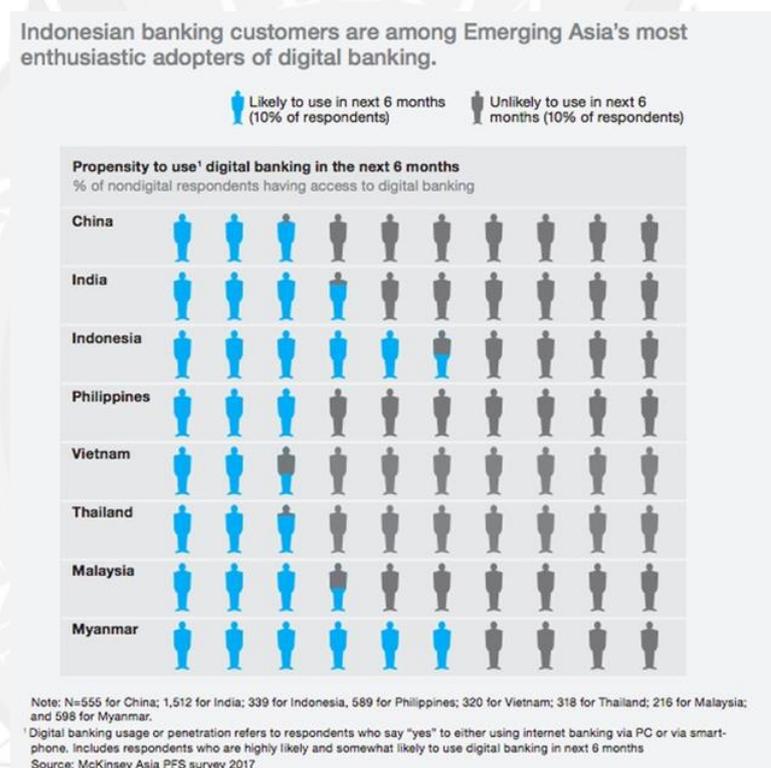
Gambar 1.1 Statistik Jumlah Pengguna Ponsel Pintar di Indonesia Tahun 2014 - 2019

Sumber: Statista (diunduh pada 15 Februari 2021)

Gambar 1.1 menunjukkan jumlah pengguna ponsel pintar di Indonesia dari tahun 2014 – 2019. Menunjukkan bahwa pengguna ponsel pintar di Indonesia mengalami peningkatan setiap tahunnya, dimana pada tahun 2014 pengguna ponsel pintar mencapai 32,6%, kemudian tahun 2015 meningkat menjadi 37,1%, tahun 2016 meningkat menjadi 40,4%, tahun 2017 meningkat menjadi 43,2%, tahun 2018 meningkat menjadi 45,4% dan pada tahun 2019 meningkat menjadi 47,6%. Dengan hasil diatas kita dapat mengetahui bahwa kesadaran masyarakat Indonesia akan hadirnya ponsel pintar terus meningkat (www.cnbcindonesia.com, diunduh pada 15 Februari 2021).

Di samping itu, jumlah masyarakat Indonesia yang terhubung ke internet juga terus bertumbuh. Studi yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia menyebutkan bahwa pada 2018 sebanyak 171 juta orang

Indonesia terhubung ke internet. Jumlah tersebut setara dengan hampir 65% dari total populasi. Faktor kedua yang juga membuat orang Indonesia mulai beralih ke *digital banking* adalah karakter orang Indonesia yang boleh dibilang keranjingan teknologi. Lembaga konsultan global kenamaan McKinsey dan Company melakukan survei terhadap lebih dari 900 responden nasabah bank di Indonesia pada 2017 (www.cnbcindonesia.com, diunduh pada 15 Februari 2021).



Gambar 1.2 Statistik Para Nasabah Bank di Asia Tahun 2017
 Sumber: McKinsey dan Company (diunduh pada 15 Februari 2021)

Gambar 1.2 menunjukkan bahwa nasabah perbankan Indonesia sangat antusias untuk mengadopsi teknologi perbankan *digital*. Hampir enam dari sepuluh nasabah perbankan Indonesia antusias untuk menggunakan layanan perbankan *digital*. Jumlah ini melampaui negara lain seperti China, India, Filipina, Vietnam,

Thailand, Malaysia, dan Myanmar (www.cnbcindonesia.com, diunduh pada 15 Februari 2021).

Berbagai *trend* teknologi telah dilalui oleh *mobile banking*. Awal mulanya, *mobile banking* diakses melalui layanan SMS dengan PIN agar dapat mengakses konten atau layanan. Lalu beralih pada mobile web, pengguna bisa mengunduh dan menginstal aplikasi di *handphone* agar dapat mengakses layanan *mobile banking*. Kini *Contactless Near Field Communication* (NFC) menjadi generasi selanjutnya teknologi *mobile banking*. *Handphone* akan dilengkapi gelombang *smartcard*, kemudian dilekatkan ke sebuah modul pembaca (untuk bertransaksi) dan hanya membutuhkan autentifikasi PIN. Penggunaan *smartphone* juga akan berpengaruh pada perkembangan *mobile banking*. Indonesia sebagai negara dengan angka penjualan *smartphone* tertinggi di Asia Tenggara menjadi pasar *mobile banking* yang menjanjikan. Menurut survey Sharing Vision tahun 2013 kepada 68 orang, 65 persen telah menggunakan *smartphone*. Dari survey tersebut juga menunjukkan bahwa *mobile banking* cukup sering diakses *smartphone* mereka (sharingvision.com, diunduh pada 15 Februari 2021).

Tuntutan akan kecepatan dan kemudahan membuat perbankan terus berinovasi, untuk itu BNI menghadirkan BNI *Mobile Banking* yang lebih *fresh*, *user friendly* dan memiliki banyak fitur baru. BNI *Mobile Banking* adalah fasilitas layanan perbankan yang memudahkan nasabah untuk bertransaksi langsung melalui *smartphone* nasabah, secara aman, mudah, dan cepat. BNI *Mobile Banking* memberikan layanan transaksi informasi saldo, transfer, pembayaran tagihan telepon, pembayaran kartu kredit, pembayaran tiket pesawat, pembelian pulsa,

pembukaan rekening Taplus, pembukaan rekening Deposito, dan lain-lain. BNI *Mobile Banking* juga dapat diaktivasi dan digunakan untuk bertransaksi di luar negeri. Aplikasi terbaru BNI *Mobile Banking* bisa nasabah dapatkan di *App Store* atau *Google Play* minimum versi 3.0.0 dan dapat diakses oleh *Android* minimum versi 5.0.0 (*Lollipop*) atau *iPhone OS* (iOS) minimum versi 9.1 (www.bni.co.id, diunduh pada 15 Februari 2021).



Gambar 1.3 Logo BNI

Sumber: www.Google.com (diunduh pada 15 Februari 2021)

Gambar 1.3 menunjukkan logo Bank BNI. 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. Untuk memenuhi ketentuan Undang-Undang No. 40 tahun 2007 tanggal 16 Agustus 2007 tentang Perseroan Terbatas, Anggaran Dasar BNI telah dilakukan penyesuaian. Penyesuaian tersebut dinyatakan dalam Akta No. 46 tanggal 13 Juni 2008 yang dibuat di hadapan Fathiah Helmi, S.H., notaris di Jakarta, berdasarkan keputusan Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa tanggal 28 Mei 2008 dan telah

mendapat persetujuan dari Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia, dengan Surat Keputusan No. AHU-AH.01.02-50609 tanggal 12 Agustus 2008 dan telah diumumkan dalam Berita Negara Republik Indonesia No. 103 tanggal 23 Desember 2008 Tambahan No. 29015 (www.bni.co.id, diunduh pada 15 Februari 2021).

Perubahan terakhir Anggaran Dasar BNI dilakukan antara lain tentang penyusunan kembali seluruh Anggaran Dasar sesuai dengan Akta No. 35 tanggal 17 Maret 2015 Notaris Fathiah Helmi, S.H. telah mendapat persetujuan dari Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia, dengan surat keputusan No. AHU-AH.01.03-0776526 tanggal 14 April 2015. Pada tahun 2020, 60% saham-saham BNI dimiliki oleh Pemerintah Republik Indonesia, sedangkan 40% sisanya dimiliki oleh masyarakat, baik individu maupun institusi, domestik dan asing (www.bni.co.id, diunduh pada 15 Februari 2021).



Infografis: Asfahan Yahsyi | Naskah: Lavinda | Berbagai Sumber



Gambar 1.4 Infografis Aset Bank Yang Pernah Menduduki Peringkat 10 Terbesar Perbankan Nasional Tahun 2018

Sumber: CNNIndonesia(diunduh pada 15 Februari 2021)

Gambar 1.4 menunjukkan bahwa BNI pada tahun 2018 tercatat sebagai Bank nasional terbesar ke-4 di Indonesia, 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 (www.bni.co.id, diunduh pada 15 Februari 2021).

Tabel 1.1 Tabel Perbandingan Bank Pemerintah Terbesar di Indonesia

Nama Bank	Didirikan	Jumlah Unit Kerja
Bank Negara Indonesia (BNI)	5 Juli 1946	2.262 Unit
Bank Rakyat Indonesia (BRI)	16 Desember 1895	9.600 Unit
Bank Tabungan Negara (BTN)	1897	452 Unit

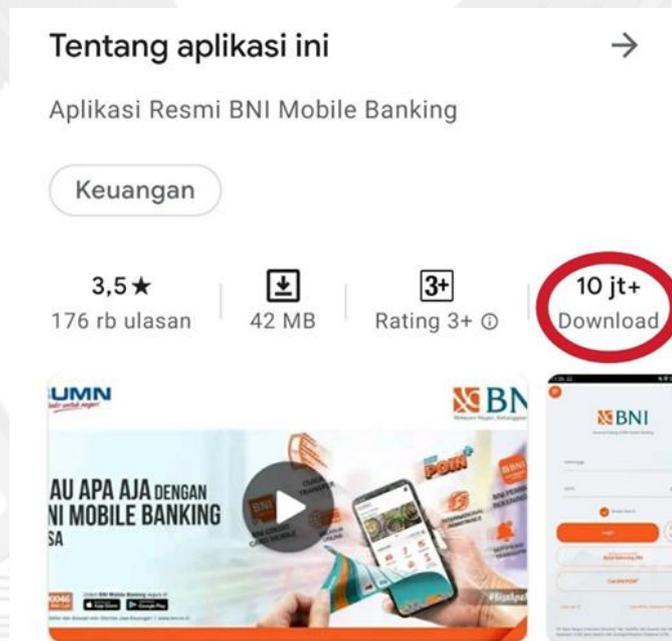
Sumber: www.google.com (diunduh pada 18 Maret 2021)

Pada tabel 1.1 menunjukkan perbandingan antar Bank pemerintah terbesar di Indonesia. Bank Negara Indonesia (BNI) memiliki total 2.262 unit kerja, Bank Rakyat Indonesia (BRI) memiliki total 9.600 unit kerja, Bank Tabungan Negara (BTN) memiliki total 452 unit kerja yang tersebar di seluruh Indonesia. Bank Negara Indonesia (BNI) merupakan Bank Pemerintah terbesar kedua setelah Bank Rakyat Indonesia (BRI).

Menurut (Hasan, 2008) kesetiaan pelanggan didefinisikan sebagai orang yang membeli, khususnya yang membeli secara teratur dan berulang – ulang. Pelanggan merupakan seseorang yang terus menerus dan berulang kali datang ke suatu tempat yang sama untuk memuaskan keinginannya dengan memiliki suatu produk atau mendapatkan suatu jasa dan membayar produk atau jasa tersebut.

Sedangkan menurut (Hur et al., 2011) mendefinisikan *e-loyalty* sebagai niatan pelanggan untuk mengunjungi website kembali dengan atau tanpa terjadinya transaksi *online*. Definisi ini menganggap kesetiaan pelanggan sebagai sikap membangun dan berpotensi juga menguntungkan untuk keadaan konvensional (idtesis.com, diunduh pada 16 Februari 2021).

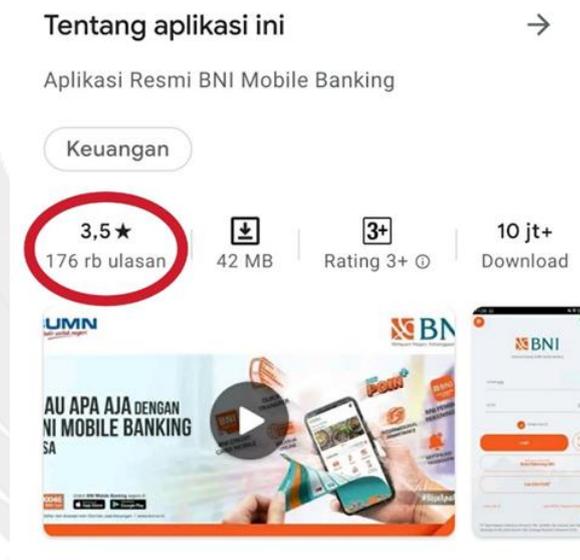
Gambar 1.5 menunjukkan bukti *E-Loyalty* yang dimiliki oleh BNI *Mobile Banking* yaitu dengan mendapatkan lebih dari 10 juta orang yang mengunduh aplikasi BNI *Mobile Banking* pada *smartphone* mereka.



Gambar 1.5 Jumlah Unduhan BNI Mobile Banking
Sumber: Google Play Store (diunduh pada 16 Februari 2021)

Menurut Oliver (1999) dalam Han et al. (2018), kepuasan pelanggan adalah sebuah evaluasi dari salah satu pengalaman emosional berdasarkan dari satu ekspektasi yang diperoleh dari perbandingan antara ekspektasi sebelum pengalaman dalam penggunaan dan pelayanan dari produk/jasa.

Gambar 1.6 menunjukkan bahwa BNI *Mobile Banking* cukup untuk memuaskan para nasabahnya, hal ini ditinjau dari hasil rating di aplikasi *google play store* dimana BNI *Mobile Banking* mendapatkan 3,5 bintang dari lima bintang.



Gambar 1.6 Rating BNI Mobile Banking

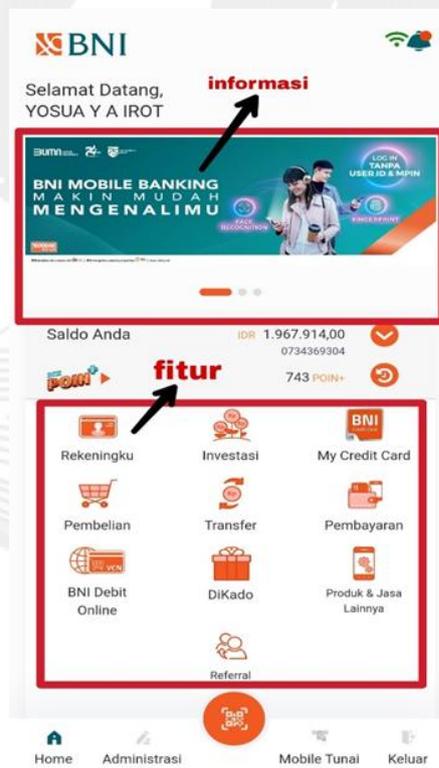
Sumber: Google Play Store (diunduh pada 16 Februari 2021)

E-Service Quality didefinisikan sebagai perluasan dari kemampuan suatu situs untuk memfasilitasi kegiatan belanja, pembelian, dan distribusi secara efektif dan efisien (Chase, Jacobs, dan Aquilano, 2006) *E-Service Quality* atau yang juga dikenal sebagai *E-ServQual* merupakan versi baru dari *Service Quality (ServQual)*. *E-ServQual* dikembangkan untuk mengevaluasi suatu pelayanan yang diberikan pada jaringan Internet.

Menurut Neuman (2007) *reliability* berarti keandalan atau konsistensi. Hal ini menunjukkan bahwa pengukuran atribut yang sama diulang akan memberikan hasil kondisi yang identik atau sangat mirip.

Gambar 1.7 menunjukkan bukti bahwa BNI *Mobile Banking* memiliki layanan dengan fitur-fitur yang cukup lengkap dengan berbagai macam transaksi

mulai dari transfer, pembayaran, pembelian *e-commerce* dan sebagainya. BNI *Mobile Banking* menyediakan fitur-fitur diantaranya yaitu transfer ke sesama bank BNI atau bank lain, transfer terjadwal, pembayaran berbagai macam tagihan, pembelian melalui situs-situs *e-commerce*, cek saldo dan mutasi rekening, cek bukti transfer. BNI *Mobile Banking* juga siaga 24 jam untuk melayani transaksi para nasabahnya, hal ini bisa dibuktikan dengan nasabah bisa bebas bertransaksi tanpa mengenal waktu dan tempat sehingga dapat diandalkan para nasabah. Setiap transaksi yang nasabah lakukan dalam aplikasi BNI *Mobile Banking*, semua akan tercatat secara detail dalam mutasi rekening dan nasabah dapat mengaksesnya kapan saja (karyatulisku.com, diunduh pada 16 Februari 2020).



Gambar 1.7 Fitur Pada BNI Mobile Banking
Sumber: Google Play Store (diunduh pada 16 Februari 2021)

Menurut Hartono (1986), *privacy and security* adalah suatu tingkatan interaksi atau keterbukaan terhadap orang lain yang dikehendaki oleh seseorang pada situasi atau kondisi tertentu. Informasi pribadi yang nasabah berikan kepada pihak bank, akan sepenuhnya dilindungi dan tidak akan disebarakan ataupun disalahpergunakan oleh pihak bank.

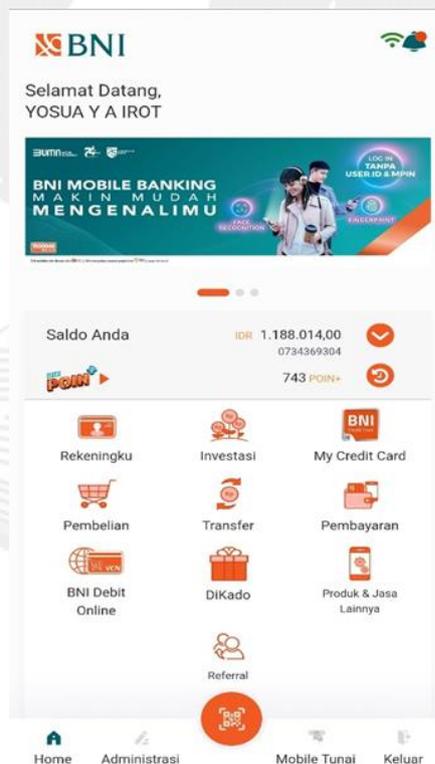
Gambar 1.8 menunjukkan bahwa pada saat nasabah melakukan registrasi, pihak bank akan meminta nasabah untuk mengisi data diri nasabah secara lengkap beserta dengan nomor rekening dan pin ATM. Kemudian pihak bank akan mengirimkan kode registrasi melalui email nasabah, dengan tujuan untuk memastikan apakah benar nasabah sendiri yang melakukan registrasi ataukah orang lain yang bisa saja menyalahgunakan informasi pribadi nasabah.

The image displays two sequential screens from the BNI Mobile Banking registration process. The left screen, titled 'Registrasi', shows a form with the following fields: 'Nomor Rekening', 'PIN ATM' (with an eye icon for visibility), 'Email', 'Tanggal Lahir' (with a calendar icon), 'NIK (No.KTP)', and 'Buat User ID' (with a note: 'User ID terdiri dari kombinasi huruf dan angka (8-12 karakter)'). A red box highlights the entire form area. Below the form is an orange 'Daftar' button. The right screen, also titled 'Registrasi', shows a verification step. It displays 'Kode Registrasi' and a message: 'Masukkan Kode Registrasi yang dikirimkan ke pu*****46@gmail.com'. Below this is a numeric keypad with digits 1-9, 0, and a backspace icon. A red box highlights the code input area. A timer shows '04.59 detik' and a 'Kirim Ulang Kode Registrasi' link is visible.

Gambar 1.8 Data Untuk Melakukan Registrasi BNI Mobile Banking
Sumber: www.bni.co.id (diunduh pada 17 Februari 2021)

Webite design menurut Jones et al (2011) adalah apa yang membuat suatu halaman (website) menarik di mata (orang) yang melihatnya. Dalam penelitian ini web design akan merujuk pada *application design*.

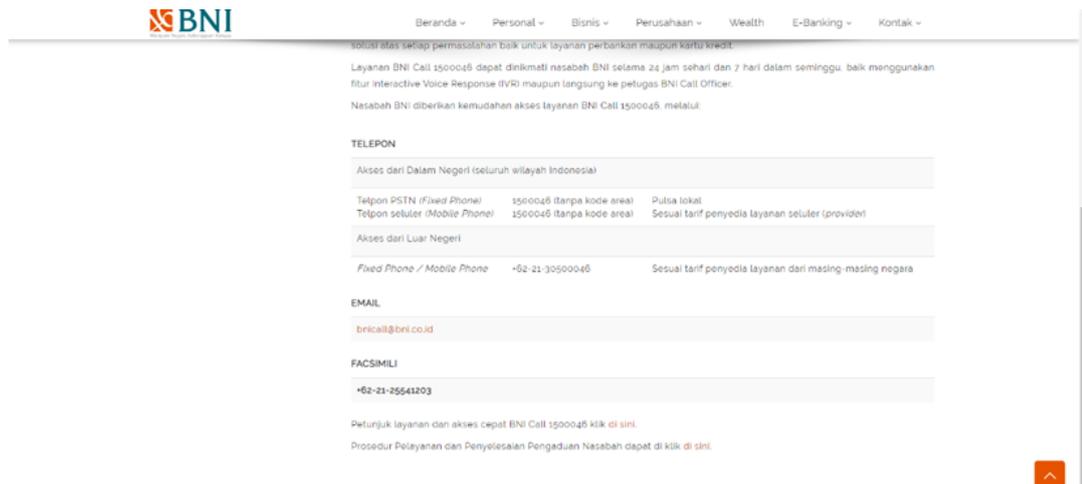
Gambar 1.9 menunjukkan bahwa desain aplikasi *BNI Mobile Banking* dibuat dengan sederhana dan karakter warna BNI yaitu orange, *design* yang sederhana ini dibuat agar dapat menarik oleh para penggunanya. *BNI Mobile banking* memiliki desain aplikasi dengan warna ciri khasnya BNI yaitu warna orange. Dilengkapi dengan fitur-fitur yang didesign secara simple agar mudah menarik oleh penggunanya. Fitur yang sederhana membuat *BNI Mobile Banking* melalui ponsel sangat menarik untuk digunakan.



Gambar 1.9 Tampilan Design BNI Mobile Banking
Sumber: www.bni.co.id (diunduh pada 17 Februari 2021)

Menurut Kotler (2002) *customer service and support* adalah orang yang bertugas untuk memberikan pelayanan informasi dan merupakan perantara antara perusahaan dengan pengguna produk perusahaan.

Gambar 1.10 menunjukkan beberapa *call center* yang siap dihubungi untuk membantu menyelesaikan permasalahan para nasabah. Nasabah BNI diberikan kemudahan akses layanan BNI *Call* 1500046, melalui: Telepon, Email, dan Facsimili. Sejalan dengan salah satu misi BNI untuk memberikan layanan prima dan solusi yang bernilai tambah kepada seluruh nasabah dan selaku mitra pilihan utama, BNI *Call* 1500046 terus berupaya untuk memberikan layanan terbaik bagi para nasabah BNI. Komitmen BNI *Call* 1500046 untuk senantiasa meningkatkan kualitas layanan bagi nasabah BNI diwujudkan melalui standarisasi kualitas proses dan layanan dengan memperoleh Sertifikasi ISO 9001:2015 pada akhir tahun 2016. Melalui layanan BNI *Call* 1500046, nasabah diberi kemudahan mendapatkan informasi, melakukan transaksi dan memperoleh solusi atas setiap permasalahan baik untuk layanan perbankan maupun kartu kredit. Layanan BNI *Call* 1500046 dapat dinikmati nasabah BNI selama 24 jam sehari dan tujuh hari dalam seminggu, baik menggunakan fitur *Interactive Voice Response* (IVR) maupun langsung ke petugas BNI *Call Officer* (www.bni.co.id, diunduh pada 17 Februari 2021).



Gambar 1.10 Call Center BNI

Sumber: www.bni.co.id (diunduh pada 17 Februari 2021)

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan, maka penelitian ini mengambil judul *ANALISIS PENGARUH E-BANKING SERVICE QUALITY TERHADAP E-SATISFACTION UNTUK MEMBENTUK E-LOYALTY PADA PENGGUNA BNI MOBILE BANKING DI MANADO.*

1.2 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan, maka batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Obyek penelitian dibatasi hanya pada nasabah dan pengguna BNI Mobile Banking yang berlokasi di Manado.
2. Penelitian ini hanya membahas mengenai pengaruh dari *E-Banking Service Quality* terhadap *E-Satisfaction* dalam membentuk *E-Loyalty* pada pengguna BNI *Mobile Banking* di Manado.
3. Penelitian dilakukan dari bulan Mei – Juli 2021.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan batasan yang telah dikemukakan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *Reliability* memiliki pengaruh signifikan terhadap *E-Satisfaction* pada pengguna BNI *Mobile Banking* di Manado?
2. Apakah *Privacy and Security* memiliki pengaruh signifikan terhadap *E-Satisfaction* pada pengguna BNI *Mobile Banking* di Manado?
3. Apakah *Application Design* memiliki pengaruh signifikan terhadap *E-Satisfaction* pada pengguna BNI *Mobile Banking* di Manado?
4. Apakah *Customer Service and Support* memiliki pengaruh signifikan terhadap *E-Satisfaction* pada pengguna BNI *Mobile Banking* di Manado?
5. Apakah *Reliability* memiliki pengaruh signifikan terhadap *E-Loyalty* pada pengguna BNI *Mobile Banking* di Manado?
6. Apakah *Privacy and Security* memiliki pengaruh signifikan terhadap *E-Loyalty* pada pengguna BNI *Mobile Banking* di Manado?
7. Apakah *Application Design* memiliki pengaruh signifikan terhadap *E-Loyalty* pada pengguna BNI *Mobile Banking* di Manado?
8. Apakah *Customer Service and Support* memiliki pengaruh signifikan terhadap *E-Loyalty* pada pengguna BNI *Mobile Banking* di Manado?
9. Apakah *E-Satisfaction* memiliki pengaruh signifikan terhadap *E-Loyalty* pada pengguna BNI *Mobile Banking* di Manado?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Reliability* terhadap *E-Satisfaction* pada pengguna BNI *Mobile Banking* di Manado.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Privacy and Security* terhadap *E-Satisfaction* pada pengguna BNI *Mobile Banking* di Manado.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Application Design* terhadap *E-Satisfaction* pada pengguna BNI *Mobile Banking* di Manado.
4. Untuk mengetahui pengaruh *Customer Service and Support* terhadap *E-Satisfaction* pada pengguna BNI *Mobile Banking* di Manado.
5. Untuk mengetahui pengaruh *Reliability* terhadap *E-Loyalty* pada pengguna BNI *Mobile Banking* di Manado.
6. Untuk mengetahui pengaruh *Privacy and Security* terhadap *E-Loyalty* pada pengguna BNI *Mobile Banking* di Manado.
7. Untuk mengetahui pengaruh *Application Design* terhadap *E-Loyalty* pada pengguna BNI *Mobile Banking* di Manado.
8. Untuk mengetahui pengaruh *Customer Service and Support* terhadap *E-Loyalty* pada pengguna BNI *Mobile Banking* di Manado.
9. Untuk mengetahui pengaruh *E-Satisfaction* terhadap *E-Loyalty* pada pengguna BNI *Mobile Banking* di Manado.

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah dikemukakan, maka manfaat penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.5.1 Manfaat Teoritis

1. Penelitian ini dilakukan agar dapat memberikan informasi dan pengetahuan serta dapat memperluas wawasan terutama dibidang Ilmu Manajemen mengenai pengaruh dari *E-Banking Service Quality* yang terdiri dari: *Reliability, Privacy and Security, Application Design*, dan *Customer Service and Support* terhadap *E-Satisfaction* dalam membentuk *E-Loyalty*.
2. Hasil penelitian dapat menjadi acuan bagi peneliti berikutnya yang ingin mengangkat tema serupa maupun menggunakan hubungan antar variabel yang memiliki kesamaan.

1.5.2 Manfaat Praktis

1. Untuk peneliti, penelitian ini bermanfaat untuk menambah pengalaman, pengetahuan, dan wawasan serta mengasah kemampuan menganalisa permasalahan dan kasus di lapangan sehingga nantinya semua hal ini dapat turut bermanfaat dan digunakan dalam dunia kerja.
2. Bagi *BNI Mobile Banking*, penelitian ini bermanfaat sebagai bahan masukan dan informasi dalam mengetahui seberapa besar pengaruh dari *E-Banking Service Quality* yang terdiri dari: *Reliability, Privacy and Security, Application Design*, dan *Customer Service and Support* terhadap *E-*

Satisfaction dalam membentuk *E-Loyalty*, sehingga *BNI Mobile Banking* dapat mengevaluasi dengan tujuan meningkatkan kesetiaan nasabah dan pengguna terhadap *BNI Mobile Banking* itu sendiri.

1.6 Sistematika Penulisan

Penelitian pembahasan ini disajikan dalam beberapa bab, maka penulisan penelitian disusun secara sistematika, yaitu:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian baik berupa manfaat teoritis maupun praktis, dan sistematika penulisan.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Bab ini berisi tentang landasan teori, penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis, model penelitian, dan bagan alur berpikir.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan jenis penelitian, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, definisi operasional, pengukuran variabel, serta metode analisis data.

BAB IV: ANALISIS DATA PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran umum, analisis data, hasil pengujian kualitas data, analisis regresi linear, hasil pengujian hipotesis, dan pembahasan.

BAB V: KESIMPULAN

Bab ini membahas mengenai kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan, implikasi dari penelitian yang telah dilakukan, dan rekomendasi untuk penelitian selanjutnya.

