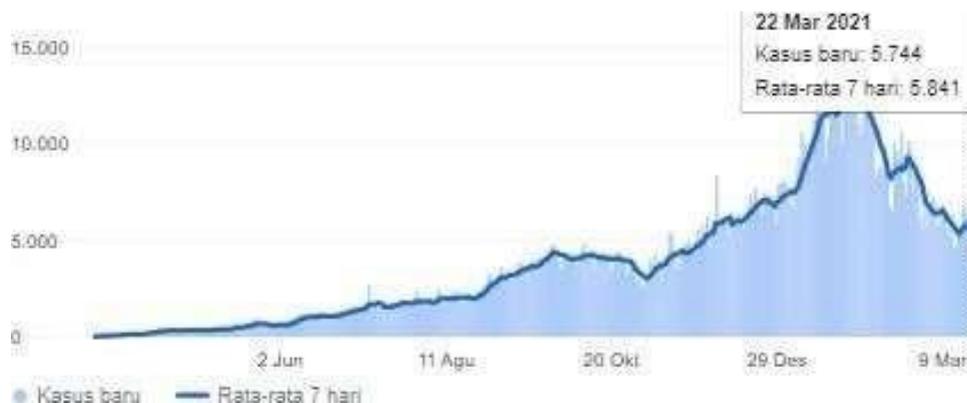


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan berjalannya waktu, kehadiran pandemi baru-baru melanda dunia pada akhir tahun 2019 berasal dari virus SARS Cov-2 yang dikenal sebagai Covid-19 telah membawakan dampak besar pada seluruh penjuru dunia. Virus ini menyebar dengan cepat melalui *droplets* yang berasal dari percikan air dari hidung atau mulut manusia sehingga kontak fisik antar manusia dibatasi dalam rangka menekan angka penyebaran yang pesat ini. Di Indonesia sendiri tentunya juga menjadi salah satu negara yang terdampak virus Covid-19 ini. Berdasarkan data dari JHU CSSE COVID-19 (2021) ini, saat ini kasus Covid-19 di Indonesia sudah mencapai lebih dari 1,47 juta kasus (<https://coronavirus.jhu.edu>, diunduh pada 23 Maret 2021).



Gambar 1.1 Data statistik kasus Covid-19 di Indonesia
Sumber: JHU CSSE Covid-19, diunduh pada 23 Maret 2021

Seperti yang telah disampaikan pada gambar 1.1 diatas, masa pandemi ini telah membawa perubahan besar pada kehidupan dunia dalam berbagai aspek

termasuk dunia bisnis, pekerjaan, pendidikan, kesehatan, gaya hidup dan lain sebagainya. Dalam dunia bisnis, semua aspek terpengaruh oleh adanya pandemi ini, termasuk juga sektor perbankan. Pandemi ini membawakan kesempatan sekaligus tantangan yang mengharuskan bisnis menyesuaikan strategi untuk keberlangsungan hidupnya. Kesempatan yang dibawakan adalah di sisi digitalnya. Berhubung pemerintah dan organisasi internasional WHO terus menyuluh masyarakat untuk mengurangi kontak fisik, masyarakat mulai membiasakan diri dengan teknologi untuk memenuhi kebutuhan sehari-harinya. Pada saat ini banyak perusahaan juga berupaya untuk melakukan digitalisasi di masa pandemi saat ini.

Hasil survei APJII yang dilansir dari PDSI KOMINFO (2020) menunjukkan bahwa pengguna internet di Indonesia tahun 2019-2020 telah meningkat 64,8% dibanding tahun 2018, yaitu sebanyak 73,7% dari total populasi di Indonesia atau sekitar 196,7 juta pengguna. Peningkatan pengguna internet di Indonesia ini menunjukkan besarnya kesempatan bisnis untuk mengembangkan usahanya secara digital. Peningkatan penggunaan internet saat ini didorong oleh salah satu faktor dimana masyarakat tetap harus memenuhi kebutuhan hidupnya walaupun berada di rumah saja, atau *work from home* selama masa pandemi (<https://www.kominfo.go.id/>, diunduh pada 23 Maret 2021).



Gambar 1.2 Data Rata – Rata Pertumbuhan Transaksi Tahunan 2014 – 2018

Sumber: <https://katadata.co.id>, diunduh pada 20 Februari 2021

Gambar 1.2 menunjukkan rata – rata pertumbuhan transaksi tahunan transaksi nontunai yang di dominasi oleh uang elektronik. Disini terjadipeningkatan yang sangat signifikan pada bagian penggunaan uang elektronik di Indonesia dalam melakukan berbagai transaksi. Pada bagian penggunaan kartu debit dan kredit dalam bertransaksi juga terjadi peningkatan, namun tidak seperti yang terjadi pada penggunaan uang elektronik dalam melakukan transaksi. Mengacu data Bank Indonesia (BI), nilai transaksi pembayaran digital atau uang elektronik mencapai Rp 47,19 triliun sepanjang 2018. Angka itu meningkat empat kali lipat dibandingkan nilai transaksi tahun sebelumnya Rp 12,37 triliun (<https://katadata.co.id>, diunduh pada 20 Februari 2021).

Simple, cepat, dan efisien. Merupakan karakter yang ingin orang-orang rasakan dalam beraktivitas sehari-hari. Hal ini tidak luput dengan aktivitas dalam bertransaksi di perbankan, hal ini juga merupakan persoalan dari bagaimana perusahaan perbankan dapat beradaptasi didalam ritme dunia pekerjaan yang sibuk

dengan perihal waktu minimal 8 jam kerja, sehingga nasabah dapat tetap memenuhi segala keseharusan dalam bertransaksi (finansialku.com diunduh pada tanggal 23 Maret 2021).

Dijelaskan pada gambar 1.3 pada tahun 2020 terbilang ada 175,4 juta pengguna internet di Indonesia, sedangkan seperti yang sudah dipaparkan pada gambar 1.2 sebesar 4,54 miliar pengguna internet yang ada di dunia. Dan dibandingkan dari tahun sebelumnya Indonesia mengalami kenaikan yang sangat besar sebanyak 17% dari jumlah pengguna internet sebelumnya atau sebanyak 25 juta pengguna internet baru di negeri ini. Serta yang tercatat ditahun 2020 ada sebanyak 64% dari keseluruhan total penduduk di Indonesia yaitu 272,1 juta jiwa yang sudah memakai internet (andi.link diunduh pada tanggal 23 Maret 2021).



Gambar 1.3 Data pengguna internet dunia tahun 2020
Sumber: wearesocial.com, diunduh pada tanggal 23 Maret 2021



Gambar 1.4 Data pengguna internet Indonesia tahun 2020
 Sumber: wearesocial.com, diunduh pada tanggal 23 Maret 2021

Industri perbankan sudah menggunakan teknologi dalam pelayanannya sejak lama. Teknologi *mobile banking* sudah dikenalkan sejak awal tahun 2010-an di Indonesia diawali dengan dukungan *mobile banking* yang menggunakan PIN dan SMS untuk melakukan transaksi. Perlahan penggunaan *mobile banking* sudah dapat memanfaatkan *website* dan aplikasi pada *smartphone* untuk mengakses layanan perbankan. Penggunaan *mobile banking* semakin hari juga semakin meningkat di Indonesia. Apalagi, sejak adanya pandemi ini ada kabar yang menyatakan bahwa virus SARS Cov-2 ini bisa bertahan lama di permukaan kertas (uang tunai) sehingga masyarakat semakin menjunjung konsep *cashless* dalam pembayarannya. Sehingga, penggunaan *mobile banking* juga melonjak (<https://finansial.bisnis.com>, diunduh pada 23 Maret 2021)

Belakangan ini, penggunaan teknologi yang semakin canggih ditemukan pada layanan *mobile banking* seperti teknologi *Near Field Communication* (NFC) yang memudahkan pembayaran hanya dengan mendekatkan *smartphone* dengan mesin pembayaran atau identifikasi identitas dengan menggunakan *fingerprint*,

Face ID atau pengecekan retina sehingga tidak perlu lagi menggunakan PIN konvensional (<https://pilihkartu.com>, diunduh pada tanggal 23 Maret 2021)



Gambar 1.5 Logo Bank Panin Tbk

Sumber: <http://bank-adalah.blogspot.com/>, diunduh pada 20 Februari, 2021

Gambar 1.5 merupakan logo terbaru dari Bank Panin Tbk yang merupakan salah satu lembaga keuangan swasta di Indonesia. Perusahaan perbankan ini telah didirikan sejak tahun 1971. Bank Panin Tbk memiliki 46 kantor cabang yang tersebar di Indonesia, dengan cabang di luar negeri yang terletak di Cayman Island dan kantor perwakilan di Singapura (<https://id.wikipedia.org>, diunduh pada tanggal 23 Maret 2021). Bank Panin Tbk telah menyediakan jasa penghimpunan dana dan produk-produk perbankan seperti kredit dan tabungan. Bank Panin Tbk sendiri menyediakan berbagai macam jenis layanan *mobile banking* berbasis aplikasi dengan nama MobilePanin. Layanan yang diberikan pada *mobile banking* Bank Panin Tbk ini sangat beragam, mulai dari transfer dana, pengecekan saldo dan mutasi, pembelian dan pembayaran tagihan serta informasi suku bunga dan valuta asing (<https://www.panin.co.id>, diunduh pada tanggal 23 Maret 2021).

Hingga saat ini, aplikasi mobilnePanin sudah didownload sebanyak lebih dari 100.000 kali di *Google Play Store* (pengguna Android) dan *Apple Store* (pengguna IOS) serta merupakan aplikasi *finance* terbaik nomer 128 pada perangkat

berbasis IOS. Di Indonesia, Bank yang memiliki akses *mobile banking* terbesar adalah Bank Central Asia Tbk. dengan total download lebih dari 10juta pengguna yang kemudian disusul oleh perusahaan perbankan berikutnya yaitu Mandiri Tbk dengan jumlah unduhan sebesar lebih dari 5juta pengguna, yang kemudian disusul oleh 2 perusahaan perbankan berikutnya dengan jumlah unduhan lebih dari 3 juta pengguna yaitu CIMB Niaga Tbk serta BTPN Tbk . Berikut perbandingan aplikasi *mobile banking* oleh Bank Panin Tbk. dibandingkan dengan perusahaan perbankan lainnya (<https://www.play.google.com>, <https://www.apps.apple.com>, diunduh pada tanggal 23 Maret 2021):

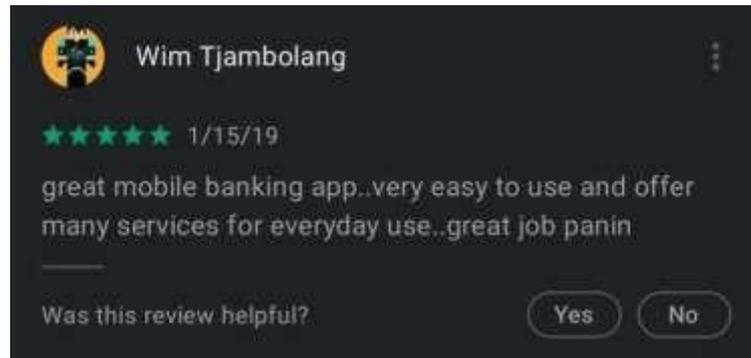
No	Nama <i>Mobile Banking</i>	Pendiri	Tahun Berdiri di Indonesia	Jumlah Unduhan	Rating Penilaian	
					IOS	Android
1	BCA Mobile	Soedono Salim	2010	10.000.000+	3.4* - 14K	4.6* - 905,5K
2	Mandiri Online	Pemerintah Indonesia dan Kementerian Keuangan Republik Indonesia	2011	5.000.000+	3.9* - 4.2K	4.3* - 280,2K
3	OctoMobile (Cimb Niaga)	Sudarmo Sastrosatomo, Pang Lay Kim, Ali Algadri, Roestam Munaf	2012	3.500.000+	4.8* - 51K	4.1* - 173,3K
4	Jenius BTPN Mobile Banking	Martua Radja Laut Siahaan, Abdurrachman, Abdul Hamid, Ibrahim Bayk, R. Ramelie.T., R.A. Pandamrukmi T., M. Abdul Fatah	2016	3.100.000+	3.6* - 5K	3.9* - 105,5K

5	MobilePanin	Mu'min Ali Gunawan	2016	100.000+	2.4* - 202	4.1* - 6K
---	-------------	--------------------	------	----------	------------	-----------

Tabel 1.1 Jumlah pengguna serta rating aplikasi *mobile banking* Bank Panin Tbk. dibanding 5 bank besar lainnya di Indonesia

Sumber: <https://play.google.com> dan <https://apps.apple.com>, <https://id.wikipedia.org>, <https://www.youtube.com>, data diolah pada 27 maret 2021

Perbedaan yang cukup signifikan dalam segi jumlah pengguna aplikasi MobilePanin dibanding dengan aplikasi *mobile Banking* dari perbankan lainnya. Terlihat pada tabel 1.1 menunjukkan bahwa perusahaan Bank Panin Tbk belum mampu menggait nasabah mereka untuk menggunakan aplikasi *mobile banking* sebanyak perusahaan perbankan lain. Maka dari itu, hal yang paling penting dalam jasa pelayanan perbankan adalah dengan mempertahankan dan menyiapkan strategi agar dapat bersaing. Hal tersebut penting untuk dilakukan karena menurut penelitian Haq dan Awan (2020) menunjukkan bahwa *E-Loyalty* dari nasabah pengguna *mobile banking* ini dipengaruhi oleh *E-Service Quality* yang diberikan dan dimediasi oleh *E-Satisfaction*. Penelitian Ariff *et al.*, (2013) juga mendukung hasil penelitian tersebut dengan menyatakan bahwa *E-Loyalty* dipengaruhi secara signifikan oleh *E-Satisfaction* dan juga dimediasi oleh kemudahan dalam memahami *Application Design* serta *E-Service Quality mobile banking*. Sebagai salah satu kesempatan besar, peningkatan penggunaan *mobile banking* ini juga menjadi tantangan bagi bank untuk dapat meningkatkan *E-Satisfaction* dengan membangun *E-Loyalty* nasabah agar tidak berpindah ke kompetitor lainnya.



Gambar 1.6 Bukti Ulasan *Reliability* Pengguna Aplikasi MobilePanin

Sumber: <https://www.play.google.com>, diunduh pada 27 Februari 2021

Reliability sebagai dimensi pertama dari *E-Service Quality* menurut Haq dan Awan (2020) adalah kemampuan *Mobile banking* yang mampu memroses transaksi perbankan secara tepat waktu dan cepat tanpa adanya kesalahan. Adapun bukti bahwa MobilePanin memiliki *Reliability* dapat dilihat pada gambar 1.6 dimana terlihat bahwa perusahaan Bank Panin Tbk memiliki aplikasi *mobile banking* yang memiliki pelayanan yang baik, mudah digunakan, serta dilengkapi dengan berbagai layanan transaksi yang berguna. *Reliability* ini diperlukan untuk meyakinkan nasabah bahwa layanan yang diberikan ini reliabel untuk digunakan. Tingkat reliabilitas yang tinggi menunjukkan kualitas pelayanan yang baik.



Gambar 1.7 *Privacy & Security* MobilePanin

Sumber: <https://www.panin.co.id/>, diunduh pada 27 Februari 2021

Haq dan Awan (2020) mendefinisikan perihal tentang *Privacy & Security* mengenai sejauh mana seorang nasabah pengguna *Mobile banking* hendak membagi informasi personalnya pada platform *Mobile banking* tersebut. Adapun bukti pada gambar 1.7 bahwa perusahaan Bank Panin Tbk memiliki *Privacy & Security* yang berupa keamanan serta kerahasiaan atas data informasi personal yang diberikan oleh nasabah kepada pihak perbankan dalam bentuk kebijakan privasi.



Gambar 1.8 Bukti Ulasan *Privacy & Security* Pengguna Aplikasi MobilePanin

Sumber: <https://www.play.google.com>, diunduh pada 27 Februari 2021

Pada saat ini, bentuk kriminal berupa pembajakan serta pembocoran data informasi pribadi sangat sering ditemukan. Sehingga, memastikan privasi dan keamanan data nasabah sangatlah penting dalam meningkatkan kualitas pelayanan jasa perbankan. Adapun pada gambar 1.8 mengenai keamanan dalam bertransaksi maupun kerahasiaan data personal nasabah dapat terjamin berdasarkan *feedback* dari salah satu nasabah pengguna aplikasi MobilePanin.



Gambar 1.9 Tampilan MobilePanin
 Sumber: teknobos.com, diunduh pada 20 Februari, 2021

Dimensi *Application Design* dari *E-Service Quality* ini menurut pemaparan Haq dan Awan (2020) adalah beragam jenis fitur yang interaktif dalam pengalaman menggunakan *mobile banking* yang memberikan konsumen bantuan berupa struktur transaksi selama dan hingga transaksi selesai. Adapun dari gambar 1.9 menampilkan tampilan awal saat membuka aplikasi MobilePanin serta beberapa fitur yang disediakan oleh MobilePanin, seperti layanan transfer ke rekening Panin, internasional, dan bank lain.



Gambar 1.10 Bukti Ulasan *Privacy & Security* Pengguna Aplikasi MobilePanin
 Sumber: <https://www.play.google.com>, diunduh pada 27 Februari 2021

Application Design aplikasi dalam pengalaman menggunakan *mobile banking* ini merupakan pelayanan berupa berbagai fitur yang tersedia dalam aplikasi *mobile banking* yang memberikan nasabah bantuan berupa struktur untuk melaksanakan transaksi dan ringkasan informasi selama transaksi terbukti pada gambar 1.10 yang merupakan *feedback* mengenai *Application Design* aplikasi yang *user-friendly* alias sangat mudah untuk digunakan, menarik serta tidak banyak mengalami kendala gangguan selama kegiatan bertransaksi tentunya akan meningkatkan kualitas pelayanan yang telah disediakan oleh bank tersebut dengan sangat signifikan.

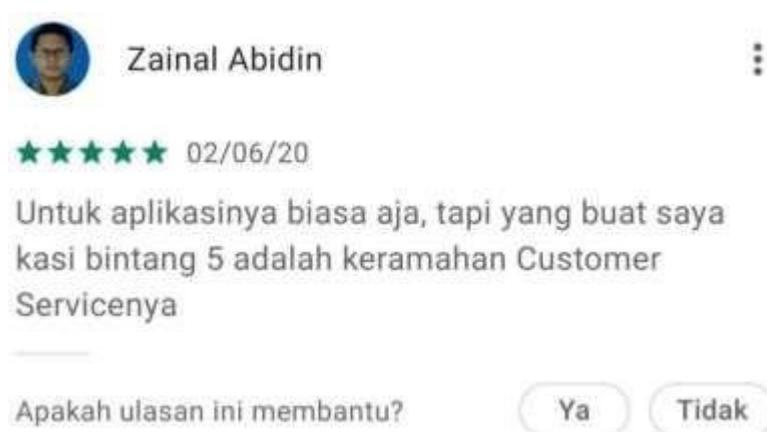


Gambar 1.11 Customer Service & Support MobilePanin

Sumber: <https://www.play.google.com>, diunduh pada 27 Februari 2021

Menurut Haq dan Awan (2020), *Customer Service and Support* adalah kecepatan tanggapan *customer service* terhadap segala masalah yang dilaporkan oleh pengguna selama atau setelah pengalaman jasa diterima. Untuk *customer*

service and support juga penting dalam penyediaan layanan perbankan karena ketika nasabah mengalami masalah atau kebingungan dalam penggunaan layanan ini, tim *customer service and support* dari bank harus dapat memberikan penjelasan terbaik dan solusi penyelesaian masalah yang memuaskan. Adapun bukti Bank Panin Tbk memiliki *Customer Service & Support* yang memadai terlihat pada gambar 1.11 dengan berbagai jenis media pelayanan nasabah seperti via *telephone*, *fax*, *E-mail*, dan masih banyak lagi.



Gambar 1.12 Bukti Ulasan *Customer Service & Support* Pengguna Aplikasi MobilePanin
Sumber: <https://www.play.google.com>, diunduh pada 27 Februari 2021

Adapun dari gambar 1.12 merupakan salah satu *feedback* yang mencerminkan mengenai bagaimana *Customer Service & Support* yang telah Bank Panin Tbk sediakan untuk para nasabah guna mengatasi permasalahan yang terjadi selama hingga proses transaksi selesai.

Penelitian ini akan menggunakan subjek penelitian nasabah *mobile banking* Bank Panin, Tbk. di Denpasar. Bank Panin Tbk. merupakan salah satu bank terbesar di Bali. Bank Panin Tbk. sendiri juga memiliki layanan perbankan *mobile banking* sejak lama. Berhubung dengan penjelasan di atas mengenai pentingnya *E-Loyalty* nasabah perbankan dan faktor yang mempengaruhinya, penelitian ini akan meneliti

pengaruh dari *e-service quality* terhadap *E-Loyalty* yang dimediasi oleh *E-Satisfaction* nasabah.

1.2 Batasan Masalah

Dalam setiap penelitian membutuhkan batasan yang jelas untuk masalah yang akan dibahas agar pembahasan masalah tidak melebar terlalu luas. Penelitian ini memiliki batasan-batasan sebagai berikut:

1. Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *E-Loyalty*, *E-Satisfaction*, dan *E-Service Quality* dengan terdiri dari 4 dimensi yaitu *Reliability, Privacy and Security, Application Design* dan *Customer Service and Support*.
2. Penelitian ini melakukan pengujian berdasarkan data dari hasil penyebaran kuisioner terhadap objek yang akan diteliti.
3. Karakteristik responden yang akan diterapkan yaitu:
 - a. Pria dan Wanita dengan umur 18 – 60 tahun (Kotler dan Armstrong, 2010).
 - b. Berdomisili di Bali
 - c. Telah menginstal dan pernah menggunakan aplikasi MobilePanin dalam 6 bulan terakhir
 - d. Telah menggunakan aplikasi MobilePanin untuk bertransaksi lebih dari 2 kali dalam 6 bulan terakhir.

- e. Pernah berinteraksi dengan Layanan Pelanggan (*Customer Service*) aplikasi MobilePanin dalam 6 bulan terakhir.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas yang dapat menjadi pokok masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *Reliability* berpengaruh signifikan terhadap *E-Loyalty* pada pengguna MobilePanin di Bali?
2. Apakah *Privacy & Security* berpengaruh signifikan terhadap *E-Loyalty* pada pengguna MobilePanin di Bali?
3. Apakah *Aplication Design* berpengaruh signifikan terhadap *E-Loyalty* pada pengguna MobilePanin di Bali?
4. Apakah *Customer Service & Support* berpengaruh signifikan terhadap *E-Loyalty* pada pengguna MobilePanin di Bali?
5. Apakah *Reliability* berpengaruh signifikan terhadap *E-Satisfaction* pada pengguna MobilePanin di Bali?
6. Apakah *privacy & security* berpengaruh signifikan terhadap *E-Satisfaction* pada pengguna MobilePanin di Bali?
7. Apakah *Aplication Design* berpengaruh signifikan terhadap *E-Satisfaction* pada pengguna MobilePanin di Bali?
8. Apakah *Customer Service & Support* berpengaruh signifikan terhadap *E-Satisfaction* pada pengguna MobilePanin di Bali?
9. Apakah *E-Satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *E-Loyalty* pada pengguna MobilePanin di Bali?
10. Apakah *E-Satisfaction* memediasi hubungan antara *E-Service Quality* dan *E-Loyalty* pada pengguna MobilePanin di Bali?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang dapat ditarik dari rumusan masalah secara umum yaitu untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi *E-Satisfaction* dan *E-Loyalty* pada pelanggan MobilePanin di Bali. Sedangkan tujuan spesifik yang dapat diambil adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh dari *Reliability* berpengaruh secara signifikan terhadap E-Loyalty pada pelanggan MobilePanin di Bali.
2. Untuk mengetahui pengaruh dari *Privacy & Security* berpengaruh secara signifikan terhadap E-Loyalty pada pelanggan MobilePanin di Bali.
3. Untuk mengetahui pengaruh dari *Application Design* berpengaruh secara signifikan terhadap E-Loyalty pada pelanggan MobilePanin di Bali.
4. Untuk mengetahui pengaruh dari *Customer Service & Support* berpengaruh secara signifikan terhadap *E-Loyalty* pada pelanggan MobilePanin di Bali.
5. Untuk mengetahui pengaruh dari *Reliability* berpengaruh secara signifikan terhadap *E- Satisfaction* pada pelanggan MobilePanin di Bali
6. Untuk mengetahui pengaruh dari *Privacy & Security* berpengaruh secara signifikan terhadap *E-Satisfaction* pada pelanggan MobilePanin di Bali
7. Untuk mengetahui pengaruh dari *Application Design* berpengaruh secara signifikan terhadap *E-Satisfaction* pada pelanggan MobilePanin di Bali
8. Untuk mengetahui pengaruh dari *Customer Service & Support* berpengaruh secara signifikan terhadap *E-Satisfaction* pada pelanggan MobilePanin di Bali.
9. Untuk mengetahui pengaruh dari *E-Satisfaction* berpengaruh secara signifikan terhadap *E-Loyalty* pada pelanggan MobilePanin di Bali.
10. Untuk mengetahui pengaruh *E-Satisfaction* berpengaruh secara signifikan dalam memediasi hubungan antara *E-Service Quality* dan *E-Loyalty*

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian yang baik tentunya dapat membawakan manfaat besar baik secara teoritis maupun praktis. Berdasarkan uraian tujuan yang telah tertulis diatas, adapun penelitian ini menghasilkan beberapa manfaat kepada berbagai pihak. Manfaat dalam penelitian ini terbagi menjadi manfaat teoritis dan manfaat praktis dengan penjelasan sebagai berikut:

1.5.1 Manfaat Teoritis

Adapun hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan terutama mengenai *Reliability, Privacy & Security, Application Design*, serta *Customer Service & Support* yang mempengaruhi *E-Satisfaction* dan *E-Loyalty*. Selain itu, hasil dari penelitian ini juga diharapkan dapat berguna sebagai acuan dimasa mendatang bagi penelitian selanjutnya.

1.5.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis yang ingin dicapai dalam penelitian ini bagi beberapa pihak antara lain:

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi penulis untuk memberikan manfaat bagi penulis untuk memperluas wawasan dan pengetahuan sehingga dapat mengembangkan diri serta menerapkan berbagai teori-teori yang telah didapatkan selama masa perkuliahan mengenai variabel *Reliability, Privacy & Security, Application Design*, serta *Customer Service & Support* yang mempengaruhi *E-Satisfaction* dan *E-Loyalty*.

2. Penelitian ini dapat memberikan informasi, masukan, dan data terhadap perusahaan Bank Panin Tbk agar dapat memajukan perusahaannya semakin lebih baik terutama terhadap faktor apa saja yang mempengaruhi E- *Loyalty* yang dipengaruhi oleh variabel *Reliability*, *Privacy & Security*, *Aplication Design*, serta *Customer Service & Support*, dan *E-Satisfaction*. Sehingga perusahaan dapat menghadapi masalah mengenai *E-Loyalty* dengan lebih baik lagi dan akhirnya dapat meningkatkan kinerja perusahaan Bank Panin Tbk.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini dibuat untuk dapat mempermudah pembaca dalam memahami penelitian ini serta memberikan gambaran terkait penelitian. Sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab pertama penelitian ini yaitu bab pendahuluan berisikan latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan terkait penelitian.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab kedua ini berisikan mengenai teori-teori terdahulu yang mendasari pembahasan mengenai penelitian ini, pengembangan hipotesis, model penelitian, dan bagian alur berpikir.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ketiga ini berisikan mengenai metode penelitian yang memuat jenis penelitian, populasi, sampel, metode pengumpulan data, definisi operasional, dan pengukuran variable juga metode analisis data.

BAB IV: ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Berisikan gambaran umum tentang objek penelitian: Aplikasi MobilePanin di Bali; analisis data yang meliputi hasil statistik deskriptif, hasil pengujian kualitas data, hasil pengujian hipotesis serta pembahasan dari hasil analisis data tersebut.

BAB V: KESIMPULAN

Berisikan kesimpulan dari hasil penelitian, implikasi dari hasil penelitian dan rekomendasi untuk mengatasi masalah yang ada dalam penelitian ini.