

BAB I

PENDAHULUAN

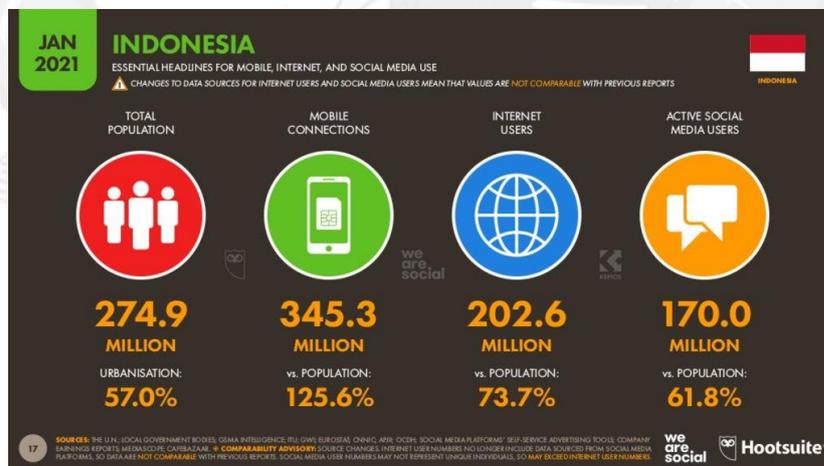
1.1. Latar Belakang Masalah

Di tahun 2022 ini, manusia tidak dapat hidup lepas dari kemajuan teknologi mengingat zaman sudah berkembang sangat pesat. Teknologi yang berkembang ini telah mempengaruhi masyarakat dan lingkungan disekitarnya. Teknologi ini mampu membantu dalam berbagai hal salah satunya yaitu memperbaiki ekonomi suatu negara (Kompas.com, diunduh 7 Februari 2022).

Pengertian dari teknologi sendiri adalah sarana atau sistem yang berfungsi untuk memberikan kenyamanan dan kemudahan bagi manusia. Pada zaman dahulu pengertian dari suatu teknologi hanya terbatas pada benda-benda berwujud seperti peralatan dan mesin. Namun, seiring dengan berjalannya waktu, teknologi juga mengalami perkembangan yang sangat cepat. Tidak hanya pada benda berwujud, teknologi juga berpengaruh ke benda-benda yang tidak berwujud seperti perangkat lunak, metode pembelajaran, metode pertanian, dan lain sebagainya (salamadian.com, diunduh 7 Februari 2022).

Perkembangan teknologi sendiri dapat diartikan sebagai perubahan sistematis yang terjadi terhadap teknologi (salamadian.com, diunduh 7 Februari 2022). Teknologi yang berkembang ini didukung dengan adanya perkembangan internet pula. Pada saat ini, internet sangat dibutuhkan oleh seluruh manusia tanpa terkecuali. Hal ini disebabkan karena internet dapat menghubungkan satu orang

dengan orang lainnya sehingga komunikasi antar manusia juga dapat berjalan efisien (katadata.co.id, diunduh 7 Februari 2022). Perkembangan internet ini berdampak hampir ke seluruh industri yang ada. Salah satu industri yang terdampak oleh perkembangan internet yaitu industri perbankan. Dengan adanya internet dan perkembangan teknologi ini, sektor perbankan juga membuat inovasi terbaru yang dapat memudahkan para nasabah untuk melakukan transaksi keuangan. Sebelum adanya internet, orang-orang harus meluangkan waktunya untuk pergi ke bank dan melakukan transaksi perbankan. Namun, sekarang dimana teknologi dan internet sudah semakin berkembang, orang-orang dapat melakukan transaksi perbankan dimana saja dan kapan saja secara online. Inovasi yang diciptakan pada industri perbankan ini salah satunya seperti *mobile banking*. Dengan adanya *mobile banking* ini para nasabah sangat dimudahkan karena *mobile banking* ini mengedepankan kecepatan mobilitas dalam setiap transaksi keuangan yang ada (kompasiana.com, diunduh 7 Februari 2022).



Gambar 1. 1 Data Pengguna Internet di Indonesia tahun 2021

Sumber : inet.detik.com (diunduh pada 7 Februari 2022)

Gambar 1.1 menunjukkan pengguna internet di Indonesia pada tahun 2021 dimana pertumbuhan penggunanya mencapai 202,6 juta orang atau sekitar 73,7% dari total populasi di Indonesia. Sedangkan pada kuartal II tahun 2020 jumlah pengguna internet di Indonesia sebesar 196,7 juta berdasarkan data BPS (kumparan.com, diunduh 7 Februari 2022). Bila dibandingkan dengan tahun 2020 ada kenaikan sebesar 15,5% dalam 12 bulan terakhir (inet.detik.com, diunduh 7 Februari 2022). Dapat dilihat dari data tersebut bahwa perkembangan internet akan terus mengalami kenaikan setiap tahunnya. Hal ini disebabkan karena setiap tahunnya akan terus bertambah berbagai macam media sosial yang digemari oleh orang-orang.

Pada UU Nomor 10 tahun 1998 tentang perbankan, Bank didefinisikan sebagai badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat (ojk.go.id, diunduh 7 Februari 2022). Fungsi dari perbankan di Indonesia yaitu sebagai penghimpun dan penyalur dana masyarakat serta bertujuan untuk menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan pemerataan pembangunan, pertumbuhan ekonomi, dan stabilitas nasional kearah peningkatan taraf hidup rakyat banyak (ojk.go.id, diunduh 7 Februari 2022). Dari perkembangan teknologi yang cukup pesat, banyak sektor yang mengalami dampaknya. Salah satu sektor yang terdampak perkembangan teknologi ialah sektor perbankan. Dari beberapa tahun lalu sector perbankan mulai menyediakan layanan *E-Banking*. *E-Banking* sendiri merupakan system yang memungkinkan nasabah bank baik individu

maupun bisnis mampu mengakses rekening, melakukan transaksi bisnis, atau mendapatkan informasi produk dan jasa bank melalui jaringan pribadi atau publik termasuk internet (kompasiana.com, diunduh 7 Februari 2022).

Dengan adanya perkembangan teknologi yang cukup pesat ini, Bank Indonesia juga terus melakukan digitalisasi pada sistem pembayaran termasuk juga *digital banking*. Digitalisasi ini dilakukan untuk mendorong perekonomian dan keuangan digital di Indonesia. Digitalisasi ini sendiri berjalan juga karena dorongan perkembangan internet. Hal ini bisa dilihat dari data jumlah pengguna internet di Indonesia yang cukup meningkat pada tahun 2021 yaitu sebesar 202,6 juta dibandingkan pada tahun 2020 sebesar 196,7 juta (kumparan.com, diunduh 9 Februari 2022). Salah satu produk dari digital banking yaitu *mobile banking*. *Mobile banking* sendiri merupakan layanan yang disediakan oleh perbankan untuk memudahkan nasabahnya untuk melakukan transaksi keuangan hanya dengan menggunakan ponsel. *Mobile banking* ini dapat digunakan kapan saja dan dimana saja karena terhubung dengan internet (shinhan.co.id, diunduh 9 Februari 2022).

Saat ini, pandemi covid-19 yang terjadi di Indonesia masih belum berakhir. Dengan adanya pandemi ini, penggunaan *mobile banking* di Indonesia memberikan dampak yang positif bagi masyarakat. Hal ini disebabkan karena orang-orang cenderung mengurangi kontak dengan orang lain saat melakukan transaksi keuangan sehingga pengguna dari layanan *mobile banking* ini juga mulai cukup banyak.

Sejak adanya *mobile banking* di Indonesia, pengguna layanan dari *mobile banking* sendiri cukup meningkat. Dilihat dari nilai transaksi *digital banking* meningkat 46,72% YOY menjadi Rp 18.685.48 Triliun hingga bulan September 2021. Dari angkanya tersebut menunjukkan bahwa *mobile banking* merupakan layanan perbankan yang disukai oleh masyarakat (kontan.co.id, diunduh 9 Februari 2022).



Gambar 1. 2 Logo BCA

Sumber : google.com (diunduh 9 Februari 2022)

Dalam penelitian ini, objek yang akan dipakai yaitu *BCA Mobile Banking*. Seperti yang sudah diketahui, PT. Bank Central Asia Tbk merupakan industri yang bergerak di bidang perbankan dan sector keuangan. PT. Bank Central Asia Tbk sendiri merupakan bank swasta terbesar di Indonesia. Hal ini bisa dilihat dari pendapatan yang diterima Bank BCA sepanjang tahun 2021 dengan laba bersih sebesar Rp31,4 Triliun atau tumbuh 15,8% secara tahunan. Kenaikan laba bersih dari BCA ini disebabkan oleh kenaikan pendapatan bunga bersih sebesar 3,5% menjadi Rp56,4 Triliun dan dari pendapatan non bunga BCA yang mencapai 21 Triliun atau tumbuh 6% secara tahunan (cnbcindonesia.com, diunduh 9 Februari

2022). Dari data tersebut dapat dilihat bahwa BCA memiliki nama yang baik di mata masyarakat.



Gambar 1. 3 Tampilan Depan BCA Mobile

Sumber : google.com (diunduh 9 Februari 2022)

PT. Bank Central Asia Tbk terbukti menjalankan bisnisnya dengan sangat baik. Salah satu layanan yang disediakan oleh BCA dan saat ini banyak digunakan oleh masyarakat yaitu *BCA Mobile Banking*. Bank BCA sendiri mencatatkan bahwa 88% transaksi nasabah dilakukan melalui mobile banking dan internet banking. Sebaliknya, 11,4% transaksi dilakukan di ATM dan hanya 0,5% transaksi dilakukan di cabang. Selain itu, BCA juga mencatatkan bahwa transaksi yang terjadi di *mobile banking* naik 50,8% YOY dari Rp 1.891 Triliun menjadi Rp 2.851 Triliun sampai pada bulan September 2021 (kontan.co.id, diunduh 9 Februari 2022).

BCA Mobile Banking dirancang untuk memudahkan para nasabah BCA dalam melakukan transaksi keuangan yang sebelumnya transaksi keuangan hanya bisa dilakukan jika datang sendiri ke bank maupun ATM. Dengan adanya BCA

Mobile Banking ini maka para nasabah BCA bisa melakukan transaksi kapan saja dan dimana saja hanya dengan menggunakan ponsel. Layanan yang disediakan BCA pada *BCA Mobile Banking* diantaranya cek saldo, mutasi rekening, transfer dana, serta bayar tagihan. Selain itu, *BCA Mobile Banking* juga menyediakan layanan tanpa kartu. Layanan tanpa kartu ini bisa dimanfaatkan apabila nasabah lupa untuk membawa kartu jika pergi ke ATM untuk mengambil uang. Fitur lain yang disediakan oleh *BCA Mobile* yaitu fitur *lifestyle* dan juga bisa melakukan transaksi melalui *QR Code* (bca.co.id, diunduh 9 Februari 2022). Layanan yang disediakan oleh *BCA Mobile Banking* ini sangat memudahkan para nasabah BCA sendiri.



Gambar 1. 4 Tampilan Pembuatan rekening Baru melalui BCA Mobile

Sumber : google.com (diunduh 9 Februari 2022)

PT. Bank Central Asia Tbk melalui *BCA Mobile Banking* baru-baru ini mengeluarkan satu layanan terbaru yang semakin memudahkan masyarakat untuk mempunyai rekening. Layanan terbaru tersebut yaitu calon nasabah dapat membuka rekening baru secara *online* hanya dengan menggunakan *BCA Mobile*.

Calon nasabah bisa mengakses fitur “buka rekening baru” yang ada dalam aplikasi *BCA Mobile*. Langkah yang dapat dilakukan oleh calon nasabah dalam membuat rekening baru terbilang cukup mudah. Pertama-tama calon nasabah harus mengisi data diri secara lengkap, melampirkan e-KTP, foto diri, tanda tangan, serta melakukan *video call* dengan *customer service* bank BCA untuk verifikasi data, dan langkah terakhir yaitu membuat pin untuk aktivasi *mobile banking* (bca.co.id, diunduh 9 Februari 2022). Langkah praktis tersebut dapat menghemat waktu para calon nasabah yang tidak sempat untuk pergi ke bank secara langsung untuk membuka rekening baru.



Gambar 1.5 Tampilan rating dan jumlah unduhan

Sumber : Sumber : <https://play.google.com> (diunduh 12 Februari 2022)

Faktor kualitas layanan yang meliputi kenyamanan, kemudahan, serta keamanannya membuat *BCA Mobile* sangat dinikmati oleh para nasabah BCA. Bisa dilihat dari jumlah unduhannya pada situs pengunduhan aplikasi, BCA unggul daripada kompetitornya. Hal ini tidak lepas dari kualitas hubungan antara nasabah

dengan BCA yang dibangun dengan baik. Selain itu, kemudahan, kenyamanan, dan keamanan yang dirasakan oleh nasabah juga merupakan faktor penting yang harus tetap diperhatikan oleh BCA. Beberapa kompetitor dari *BCA Mobile* sendiri yaitu *Permata Mobile X* dari Permata Bank dan *D-Bank* dari Bank Danamon. Kompetitor yang disebutkan tersebut merupakan bank swasta yang juga memiliki layanan *mobile banking* dan memiliki ulasan yang baik (liputan6.com, diunduh 11 Februari 2022).

Tabel 1. 1 Perbandingan Aplikasi mobile banking BCA dengan kompetitornya

No	Nama Bank	Nama aplikasi	Jumlah Unduhan	Tahun Rilis	Rating
1	BCA	BCA Mobile	10.000.000+	Tahun 2012	4,4 dari 5
2	Permata	Permata Mobile X	1.000.000+	Tahun 2018	3 dari 5
3	Danamon	D-Bank	1.000.000+	Tahun 2014	3,7 dari 5

Sumber : <https://play.google.com/> (diunduh 11 Februari 2022)

Tabel 1.1 menunjukkan persaingan yang ketat antar bank swasta yang menyediakan layanan *mobile banking*. Bisa dilihat dari tabel tersebut bahwa *BCA Mobile* menjadi urutan yang pertama dalam jumlah unduhannya yang tertinggi dibandingkan kedua kompetitornya. Oleh karena itu, BCA harus tetap mempertahankan dan meningkatkan factor *Security/Privacy, Practicity, Design/Aesthetics. Sociality, dan Enjoyment* dari aplikasi agar dapat meningkatkan *commitment* dan *trust* dari pengguna.

Menurut Jarvinen (2014) *Trust* dalam industri perbankan didasarkan pada pengalaman pengguna dan kemampuan bank untuk berperilaku dengan cara yang dapat diandalkan dalam mematuhi peraturan dan juga bekerja dengan baik dengan para pelanggan atau pengguna. Selanjutnya menurut Siagian dan Cahyono (2014)

Trust adalah keadaan dimana pengguna merasa yakin dan berharap bahwa penyedia layanan, barang, ataupun jasa dapat memenuhi janji yang telah dibuat serta dapat dipercaya.



Gambar 1. 6 Penghargaan yang diterima BCA

Sumber : google.com (diunduh 12 Februari 2022)

Pada gambar 1.6 terlihat bahwa BCA telah meraih beberapa penghargaan di ajang bergengsi. Pada tahun 2017 BCA meraih penghargaan *Excellent Service Experience Award* dimana penghargaan ini merupakan penghargaan yang didasarkan pada pengalaman positif yang telah diterima pelanggan dalam menikmati pelayanan yang telah diterima. Selain itu penghargaan lain yang diterima oleh BCA yaitu pada tahun 2018 BCA meraih predikat *Most Trusted Companies* pada ajang *Good Corporate Governance Award 2018*. Penghargaan ini merupakan bukti bahwa BCA telah menjalankan tata kelola perusahaan yang baik sehingga dapat meraih kepercayaan masyarakat untuk selalu menggunakan setiap layanan yang diberikannya (bca.co.id, diunduh 12 Februari 2022).

Menurut Bloemer dan Schroder (2013) *Commitment* adalah keinginan konsumen dalam menjalin hubungan dengan perusahaan serta mau berupaya untuk mempertahankan hubungan tersebut. Dalam hal ini dapat diimplementasikan bahwa adanya keinginan nasabah untuk mempertahankan hubungannya dengan

BCA *Mobile*. Selanjutnya Menurut Valette-Florence et al (2010) menjelaskan bahwa *commitment* adalah situasi dimana pelanggan dapat mengembangkan hubungan yang positif dengan perusahaan dan perusahaan dapat mendapatkan keuntungan dari hubungan tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa komitmen merupakan upaya untuk mempertahankan hubungan jangka panjang antara perusahaan dengan konsumen agar lebih baik lagi.

Dalam sisi perbankan, komitmen dapat terlihat dari seberapa banyak upaya yang dilakukan nasabah dalam melakukan transaksi serta seberapa ingin nasabah melakukan hubungan jangka panjang dengan BCA. Komitmen dari nasabah terhadap BCA *Mobile* dapat dilihat dari pertumbuhan nilai transaksi dimana pada tahun 2021 transaksi pada layanan BCA *Mobile* berjumlah senilai Rp 852 triliun. Nilai tersebut tumbuh sebesar 37,1% dibandingkan pada tahun 2020 sebesar Rp 621 triliun. Secara volume, transaksi melalui BCA *Mobile* tumbuh 62% menjadi 2.08 miliar kali (keuangan.kontan.co.id, diunduh 11 Februari 2022). Selain itu, BCA memastikan bahwa sekitar 75 persen nasabahnya sudah menggunakan layanan BCA *Mobile*. Nasabah yang menggunakan BCA *mobile* tidak hanya kaum milenial saja namun juga dari kalangan *baby boomer* serta kalangan senior yang terus meningkat setiap tahunnya. BCA akan terus mengupayakan untuk membangun hubungan yang baik dengan para nasabah untuk meningkatkan komitmen nasabah terhadap BCA *Mobile* (viva.co.id, diunduh 11 Februari 2022).

Menurut Hussien dan Abd El (2013) *privacy/security* adalah sejauh mana pelanggan percaya bahwa mobile banking aman dari penyusupan dan informasi pribadi yang dibagikan dilindungi. Menurut Muturi et al (2013) *privacy/security*

adalah keadaan ketika pengguna dengan percaya diri memberikan informasi pribadinya ke aplikasi *mobile banking*. Menurut Shah (2011) *privacy/security* adalah suatu kemampuan dalam sistem yang dapat mencegah tindakan ilegal ataupun penggunaan data yang tidak tepat serta dapat mencegah *hacker*. Selain itu menurut Bolar (2014) ; Singh (2013) ; Sreejesh et al (2016) *security* lebih tepatnya dianggap sebagai dimensi mendasar untuk mendorong *internet banking* dan *mobile banking*. BCA memastikan bahwa layanan pada *BCA Mobile Banking* sangat aman dan tidak mudah ditembus oleh sistem yang rentan akan penyadapan. Hal ini disebabkan karena BCA menggunakan sistem *end to end encryption* dimana sistem ini akan mengacak data yang dikirimkan nasabah ke pusat data. Selain itu, *BCA Mobile* menggunakan sistem keamanan digital yang berlapis sehingga data-data nasabah tidak dengan mudahnya bocor. BCA juga menerapkan strategi pengamanan diantaranya pengamanan jaringan, aplikasi, sistem komputer, dan data. Untuk memastikan keamanan transaksi para nasabahnya, BCA menerapkan pengamanan tambahan seperti *two factor authentication* serta BCA mengedukasi para nasabahnya untuk tidak memberikan data pribadi seperti memberikan PIN, OTP, atau informasi rahasia lainnya ke orang lain. Dengan melakukan tindakan tersebut, maka dipastikan BCA sudah menyediakan keamanan yang terjamin bagi para nasabahnya (stabilitas.id dan manado.antarane.ws.com, diunduh 13 Februari 2022).



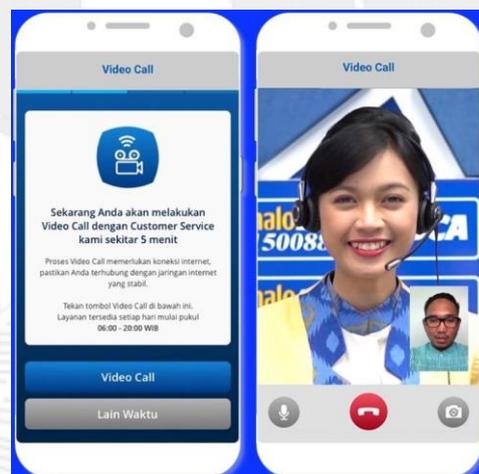
Gambar 1. 7 Tampilan layanan yang disediakan BCA Mobile

Sumber : Aplikasi BCA Mobile milik pribadi, diunduh pada 13 Februari 2022

Menurut Jogiyanto (2012) *Practicity* adalah kemudahan dimana individu yakin bahwa teknologi yang digunakan bebas dari usaha. Menurut Chae et al (2002) *Practicity* juga mengelompokkan konten dan interaksi, serta kualitas kontekstual dalam skala kualitas layanan elektronik. *BCA mobile* terbukti menyediakan layanan yang mempermudah nasabahnya. Layanan yang dibuat untuk mempermudah nasabahnya yaitu *BCA Mobile Banking*. *BCA mobile banking* menyediakan berbagai layanan transaksi keuangan secara *online* yang dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja. Cara mengakses *BCA mobile* pun dibuat dengan sangat mudah dan simple. Selain itu layanan yang disediakan oleh *BCA Mobile* sangat beragam sehingga pengguna dapat dengan mudah melakukan berbagai transaksi keuangan secara *online* seperti yang terlihat pada gambar 1.7.

Menurut David (2012) *design/aesthetics* adalah usaha yang digunakan untuk meningkatkan penjualan melalui tampilan dari produk tersebut. Menurut Wolfenbarger dan Gilly (2003) bahwa *design* merupakan elemen dari *mobile*

banking yang digunakan konsumen untuk berinteraksi dengan aplikasi termasuk navigasi, informasi rinci, dan pemrosesan transaksi, Pada gambar 1.7 terlihat bahwa desain dari *BCA Mobile* sendiri sudah sangat baik dari sisi tata letak yang dipakai akan sangat mempermudah nasabah untuk memilih layanan transaksi apa yang akan digunakan. Selain itu, dari sisi warna, *BCA* menggunakan warna biru seperti warna logo *BCA* sendiri sebagai warna yang paling didominasi pada tampilan *BCA Mobile*. Warna biru yang dipakai *BCA* ini menunjukkan bahwa *BCA* membangun komunikasi yang solid dan mencerminkan semangat baru untuk mewujudkan visi dan misi bank *BCA* (Ajaib.co.id, diunduh 14 Februari 2022). Selain itu ukuran *font* yang diterapkan pada *BCA Mobile* sudah dapat terlihat dengan jelas.



Gambar 1. 8 Tampilan customer service dalam *BCA Mobile*

Sumber : google.com (diunduh 14 Februari 2022)

Menurut Nambisan dan Watt (2011) *Sociality* merupakan dimensi kunci dari kualitas layanan yang menjelaskan sikap terhadap perusahaan yang menyediakan layanan *mobile*. Selain itu, menurut Aljukhadar dan Senecal (2011) menunjukkan bahwa konsumen cenderung menggunakan fitur berbasis web untuk

berinteraksi. Oleh karena itu *sociality* dapat diartikan sebagai manfaat yang dapat diperoleh dari berinteraksi dengan orang lain dengan menggunakan perangkat seluler. BCA sendiri telah membangun hubungan yang baik dengan para nasabahnya. Salah satu contoh upaya yang dilakukan oleh BCA yaitu pada pembukaan rekening baru melalui BCA *Mobile*. Pada pembukaan rekening tersebut, BCA memfasilitasi nasabah untuk melakukan *video call* dengan *customer service* dari BCA untuk verifikasi data yang telah diserahkan. Dengan adanya *video call* ini maka hubungan antara perusahaan dengan nasabah juga ikut terjalin dengan baik karena nasabah merasa aman dengan data yang telah diserahkan. Selain itu, BCA juga memfasilitasi nasabahnya yang mengalami kesulitan saat melakukan transaksi dengan menyediakan layanan Halo BCA dengan nomor 1500888. Dengan adanya layanan ini maka hubungan antara nasabah dengan perusahaan juga akan terjalin dengan baik karena nasabah dapat dengan mudah berkomunikasi dengan perusahaan mengenai masalah yang dialami selama melakukan transaksi.

Menurut Giovannini et al (2015) *Enjoyment* adalah perasaan senang yang dialami oleh pengguna saat menggunakan aplikasi. Menurut Bauer et al (2005) *Enjoyment* akan meningkatkan penggunaan *mobile banking* dan juga meningkatkan loyalitas pelanggan. Hal ini didukung juga dengan teori yang dikemukakan oleh Giovannini et al (2015) bahwa *enjoyment* akan mempengaruhi kepercayaan pelanggan akan *mobile banking*. Dalam meningkatkan *enjoyment* para nasabah, BCA *Mobile* baru-baru ini mengeluarkan beberapa fitur terbaru seperti BCA *keyboard* yang dapat mempermudah pengguna BCA *Mobile* untuk melakukan transaksi tanpa harus membuka aplikasi m-BCA, BCA *Lifestyle* yang dapat

memudahkan pengguna untuk memesan tiket pesawat maupun kereta, memesan hotel, memesan tiket bioskop, dan lain-lain. Selain itu, fitur baru yang diluncurkan oleh BCA melalui *BCA Mobile* yaitu *QR Code*. Dengan adanya *QR Code* ini transaksi yang akan dilakukan oleh nasabah seperti membayar makanan di restoran maupun membeli sesuatu di toko dapat dipermudah karena nasabah hanya perlu men-scan kode QR yang disediakan oleh toko tersebut dengan menggunakan *BCA Mobile* untuk membayar barang yang kita beli (keuangan.kontan.co.id dan bca.co.id, diunduh 14 Februari 2022).

1.2. Batasan Masalah

Dalam melakukan penelitian, diperlukan sebuah batasan dalam setiap masalah yang dibahas agar pembahasan bisa terarah. Oleh karena itu, penelitian ini dibatasi oleh beberapa hal yaitu :

1. Variabel yang digunakan dan dibahas pada penelitian ini yaitu *Trust, Commitment, Security/Privacy, Practicity, Design/Aesthetics, Sociality, dan Enjoyment*.
2. Objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini dibatasi hanya pada pengguna *BCA Mobile* yang ada di Surabaya.
3. Karakteristik responden yang akan digunakan pada penelitian ini yaitu pria dan Wanita, berdomisili di Surabaya, berada pada usia 18-60 tahun, telah menjadi nasabah BCA lebih dari 1 tahun terakhir, sudah memiliki aplikasi *BCA Mobile*, telah menggunakan aplikasi *BCA Mobile* dalam 6 bulan

terakhir, dan pernah menghubungi *customer service* BCA secara *online* dalam 6 bulan terakhir.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan data dan fakta yang telah tertera pada latar belakang penelitian ini maka dibuatlah rumusan masalah yang akan membahas masalah ini secara spesifik. Rumusan masalah yang ada dalam penelitian ini yaitu faktor apa yang berpengaruh positif terhadap *commitment* melalui *trust* pada pengguna aplikasi *BCA Mobile* di Surabaya.

1. Apakah *Trust* berpengaruh signifikan terhadap *Commitment* pada pengguna *BCA Mobile* di Surabaya?
2. Apakah *Privacy* berpengaruh signifikan terhadap *Commitment* pada pengguna *BCA Mobile* di Surabaya?
3. Apakah *Privacy* berpengaruh signifikan terhadap *Trust* pada pengguna *BCA Mobile* di Surabaya?
4. Apakah *Practicity* berpengaruh signifikan terhadap *Commitment* pada pengguna *BCA Mobile* di Surabaya?
5. Apakah *Practicity* berpengaruh signifikan terhadap *Trust* pada pengguna *BCA Mobile* di Surabaya?
6. Apakah *Design* berpengaruh signifikan terhadap *Commitment* pada pengguna *BCA Mobile* di Surabaya?
7. Apakah *Design/aesthetics* berpengaruh signifikan terhadap *Trust* pada pengguna *BCA Mobile* di Surabaya?

8. Apakah *Sociality* berpengaruh signifikan terhadap *Commitment* pada pengguna *BCA Mobile* di Surabaya?
9. Apakah *Sociality* berpengaruh signifikan terhadap *Trust* pada pengguna *BCA Mobile* di Surabaya?
10. Apakah *Enjoyment* berpengaruh signifikan terhadap *Commitment* pada pengguna *BCA Mobile* di Surabaya?
11. Apakah *Enjoyment* berpengaruh signifikan terhadap *Trust* pada pengguna *BCA Mobile* di Surabaya?

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh :

1. *Trust* terhadap *Commitment* pada pengguna aplikasi *BCA Mobile* di Surabaya
2. *Privacy* terhadap *Commitment* pada pengguna aplikasi *BCA Mobile* di Surabaya
3. *Privacy* terhadap *Trust* pada pengguna aplikasi *BCA Mobile* di Surabaya
4. *Practicity* terhadap *Commitment* pada pengguna aplikasi *BCA Mobile* di Surabaya
5. *Practicity* terhadap *Trust* pada pengguna aplikasi *BCA Mobile* di Surabaya
6. *Design* terhadap *Commitment* pada pengguna aplikasi *BCA Mobile* di Surabaya
7. *Design* terhadap *Trust* pada pengguna aplikasi *BCA Mobile* di Surabaya

8. *Sociality* terhadap *Commitment* pada pengguna aplikasi *BCA Mobile* di Surabaya
9. *Sociality* terhadap *Trust* pada pengguna aplikasi *BCA Mobile* di Surabaya
10. *Enjoyment* terhadap *Commitment* pada pengguna aplikasi *BCA Mobile* di Surabaya
11. *Enjoyment* terhadap *Trust* pada pengguna aplikasi *BCA Mobile* di Surabaya

1.5. Manfaat Penelitian

Berdasarkan dari tujuan penelitian yang telah disampaikan diatas, maka manfaat dari penelitian ini yaitu :

1.5.1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat dalam pengembangan ilmu pengetahuan terutama dalam bidang yang berkaitan dengan faktor *Privacy, Practicity, Design, Sociality, dan Enjoyment* terhadap *Commitment, dan Trust*. Selain itu, hasil dari penelitian ini nanti diharapkan juga dapat memberikan acuan untuk penelitian yang selanjutnya.

1.5.2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu :

1. Penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi penulis agar dapat memperluas wawasan dan pengetahuan serta menerapkan teori yang telah didapat selama masa perkuliahan.

2. Penelitian ini dapat memberikan masukan kepada Bank BCA terutama pada aplikasi *BCA Mobile* dalam hal meningkatkan *Commitment dan Trust* melalui *Security, Practicity, Design/Aesthetics, Sociality, dan Enjoyment* sehingga BCA dapat lebih lagi diminati oleh masyarakat.

1.6. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini dibuat bertujuan untuk mempermudah pembaca memahami penelitian yang telah dilakukan. Dalam penelitian ini terdapat beberapa bab sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab yang pertama ini membahas mengenai latar belakang, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab yang kedua ini membahas mengenai teori terdahulu yang menjadi dasar dari penelitian ini, pengembangan hipotesis, model penelitian, dan bagan alur berpikir.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

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

BAB IV : ANALISIS DATA PERUSAHAAN & PENELITIAN

Pada bab yang keempat ini membahas mengenai gambaran umum, analisis data, hasil pengujian kualitas data, hasil pengujian hipotesis, dan pembahasan dari analisis data yang telah dilakukan.

BAB V : PENUTUP

Pada bab yang terakhir ini membahas mengenai kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan, implikasi dari penelitian, dan juga saran yang diberikan yang dapat berguna untuk memperbaiki penelitian ini di kemudian hari.