

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Darmawi (2011), mengatakan “Perbankan bisa diartikan sebagai salah satu badan usaha finansial yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan hidup masyarakat banyak, lembaga perbankan di Indonesia terdiri atas Bank Sentral, Bank Umum dan Bank Pengkreditan Rakyat mengoptimalkan usahanya melalui teknologi informasi untuk dapat bertahan dan menang dalam persaingan di pasar global”.

Suharini, (2008), “Penerapan layanan perbankan elektronik (*e-banking*) yang berkualitas merupakan salah satu kunci keberhasilan perusahaan perbankan untuk menghimpun dana dari nasabah dewasa ini, penerapan sistem layanan *e-banking* memberikan berbagai keuntungan bagi perusahaan yaitu efisiensi biaya dan waktu, serta mampu menciptakan diferensiasi dan sanggup membidik segmen pasar dengan biaya yang murah. Apalagi bagi industri perbankan, yang selalu mengedepankan kualitas pelayanan jasa sebagai daya tarik bagi para konsumen, penggunaan teknologi informasi (TI) harus mampu menciptakan nilai (*value*) untuk pelanggan baik internal maupun eksternal. Artinya, persepsi keberhasilan penerapan TI di mata pelanggan atau nasabah jauh lebih penting daripada di mata vendor, konsultan, dan pihak manajemen sendiri”.

Cermati (2019) mengutip “aplikasi teknologi informasi dalam *internet banking* akan meningkatkan efisiensi, efektifitas, dan produktifitas sekaligus meningkatkan pendapatan melalui sistem penjualan yang jauh lebih efektif daripada bank konvensional, tanpa adanya aplikasi teknologi informasi dalam *internet banking*, maka *internet banking* tidak akan jalan dan dimanfaatkan oleh industri perbankan, secara umum, dalam penyediaan layanan *internet banking*, bank memberikan informasi mengenai produk dan jasanya via portal di internet, memberikan akses kepada para nasabah untuk bertransaksi dan meng-update data pribadinya”.

Tingkat kemanan yang dirasakan dapat dipengaruhi oleh kategori produk. Suatu risiko yang ditimbulkan *e-banking* setidaknya dapat memberi rasa aman bagi pengguna layanan *e-banking*. Bank BNI Syariah banyak menjelaskan dalam situs resmi dan juga penyuluhan kepada nasabahnya tentang penipuan yang mengatasnamakan Bank BNI Syariah serta cara untuk menghindari dan menanggapinya yang dimana jelas info kenyamanan dan keamanan Bank BNI Syariah selalu di jaga untuk kepuasan nasabah.

Bank BNI Syariah memiliki keunggulan “Hasanah” adalah sebuah corporate campaign yang memiliki makna “segala kebaikan” untuk diri sendiri, masyarakat, bangsa dan negara baik di dunia maupun di akhirat seperti yang dijelaskan dalam (QS Al-baqarah: 201)

وَمِنْهُمْ مَّنْ يَقُولُ رَبَّنَا آتِنَا فِي الدُّنْيَا حَسَنَةً وَفِي الْآخِرَةِ حَسَنَةً وَقِنَا عَذَابَ النَّارِ

Yang artinya:

Dan di antara mereka ada yang berdoa, *"Ya Tuhan kami, berilah kami kebaikan di dunia dan kebaikan di akhirat, dan lindungilah kami dari azab neraka."*

Dalam penjelasannya di kutip dari situs resmi Bank BNI Syariah (2015) "Hasanah merupakan sebuah nilai yang disarikan dari Al-Quran dan menjadi identitas BNI Syariah dalam menebarkan kebaikan melalui insan hasanah dan produk atau layanannya, cita-cita mulia yang ingin disampaikan melalui nilai Hasanah adalah kehadiran BNI Syariah dapat membawa kebaikan bagi seluruh pihak serta menjadi Rahmatan Lil' Alamin. Hasanah didasari oleh Maqoshid Syariah yang berarti tujuan dari ditetapkannya syariah (hukum agama) yaitu untuk melindungi keyakinan, keberlangsungan hidup, dan hak asasi manusia terdiri dari lima hal yaitu menjaga agama, menjaga jiwa, menjaga akal, menjaga keturunan dan menjaga harta".

Berdasarkan uraian di atas maka judul penelitian adalah **"Analisis Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah dalam Menggunakan Produk Layanan E-Banking"** (Studi; Nasabah Bank BNI Syariah di Yogyakarta)

B. Batasan Penelitian

1. Variabel independen yang digunakan hanya tiga, meliputi kepercayaan, kemudahan, dan kualitas pelayanan sedangkan variabel dependennya ialah loyalitas

2. Objek penelitiannya adalah nasabah Bank BNI Syariah yang menggunakan layanan *e-Banking* di Yogyakarta

C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh kepercayaan dalam menggunakan produk layanan *e-banking* terhadap loyalitas nasabah Bank BNI Syariah di Yogyakarta?
2. Bagaimana pengaruh kemudahan dalam menggunakan produk layanan *e-banking* terhadap loyalitas nasabah Bank BNI Syariah di Yogyakarta?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dalam menggunakan produk layanan *e-banking* terhadap loyalitas nasabah Bank BNI Syariah di Yogyakarta?

D. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui dan Menganalisis pengaruh kepercayaan dalam menggunakan produk layanan *e-banking* terhadap loyalitas nasabah Bank BNI Syariah di Yogyakarta
2. Mengetahui dan Menganalisis pengaruh kemudahan dalam menggunakan produk layanan *e-banking* terhadap loyalitas nasabah Bank BNI Syariah di Yogyakarta
3. Mengetahui dan Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dalam menggunakan produk layanan *e-banking* terhadap loyalitas nasabah Bank BNI Syariah di Yogyakarta

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti

Hasil penelitian ini merupakan salah satu persyaratan bagi peneliti agar mendapatkan gelar sarjana (S1) ekonomi dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

2. Bagi Ilmu Pengetahuan

Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan kajian ilmiah lebih lanjut dalam bidang ilmu ekonomi, khususnya tentang Analisis Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah dalam Menggunakan Produk Layanan E-Banking.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi maupun bahan rujukan bagi para akademisi maupun peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian tentang pengaruh kepercayaan, kemudahan, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah.