

**ANALISIS FITUR – FITUR PADA APLIKASI
PERBANKAN SELULER YANG MENDORONG
TERBENTUKNYA KETERIKATAN PELANGGAN
SERTA DAMPAKNYA TERHADAP MINAT
KELANJUTAN PENGGUNAAN**

(Studi pada pengguna Perbankan Seluler di Kota Semarang)



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Diponegoro

Disusun oleh :

DINA YULITA HUSADA

NIM. 12010115130204

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG

2019

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Dina Yulita Husada
Nomor Induk Mahasiswa : 12010115130204
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Manajemen
Judul Skripsi : **ANALISIS FITUR – FITUR PADA APLIKASI PERBANKAN SELULER YANG MENDORONG TERBENTUKNYA KETERIKATAN PELANGGAN SERTA DAMPAKNYA TERHADAP MINAT KELANJUTAN PENGGUNAAN (STUDI PADA PENGGUNA PERBANKAN SELULER DI KOTA SEMARANG)**
Dosen Pembimbing : Dr. I Made Bayu Dirgantara, SE., MM

Semarang, 19 Juni 2019

Dosen Pembimbing



(Dr. I Made Bayu Dirgantara, SE., MM.)

NIP. 196908152001121002

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Penyusun : Dina Yulita Husada

Nomor Induk Mahasiswa : 12010115140188

Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Manajemen

Judul Skripsi : **ANALISIS FITUR – FITUR PADA APLIKASI PERBANKAN SELULER YANG MENDORONG TERBENTUKNYA KETERIKATAN PELANGGAN SERTA DAMPAKNYA TERHADAP MINAT KELANJUTAN PENGGUNAAN (STUDI PADA PENGGUNA PERBANKAN SELULER DI KOTA SEMARANG)**

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal, 28 Juni 2019.

Tim Penguji

1. Dr I Made Bayu Dirgantara, SE., MM (.....)

2. Dr. Retno Hidayati MM (.....)

3. Rizal Hari Magnadi S.E., M.M. (.....)

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya, Dina Yulita Husada, menyatakan bahwa skripsi dengan judul: “Analisis fitur–fitur pada aplikasi perbankan seluler yang mendorong terbentuknya keterikatan pelanggan serta dampaknya terhadap minat kelanjutan penggunaan (Studi pada pengguna Perbankan Seluler di Kota Semarang)”. merupakan hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan, pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya sebagai tulisan saya sendiri, dan/atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin itu, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa mencantumkan nama penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 19 Juni 2019

(Dina Yulita Husada)

12010115130204

MOTTO DAN PERSEMBAHAN SKRIPSI

Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah apa yang ada pada suatu kaum hingga mereka mengubah apa yang ada pada diri mereka sendiri

(al-Ra'ad 13:11)

"...and Allah is with you wherever you are..."

(QS. 57:4)

" When life changes to be harder, change yourself to be stronger "

"create the highest, grandest vision possible for your life, because you became what you believe"

-Oprah Winfrey

Skripsi ini saya persembahkan untuk papa, mama, mba dessy dan mba dyah yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan serta kasih sayang dan support untuk kelancaran dan kesuksesan penulis.

ABSTRACT

The growing popularity of mobile technologies and applications, lead many companies to develop relations with consumers through mobile applications, include banking industry with their mobile banking application. Thereofere, it is important to understand how to design applications based on consumer preferences. This research aimed to analyze which features of mobile banking can driven customer engagement and lead to continued intention to use of application in Semarang.

This research used 150 respondents as mobile banking application users in Semarang. The sampling method used a non-probability sampling method with a purposive sampling technique. The Collecting data used kuantitatif method with questionnaire media. This research examines the hypothesis by using Structural Equation Modeling (SEM).

The findings show that functionality, design interface, interaction and information quality features have a positive and significant affect on customer engagement (as an intervening variable) and customer engagement has a positive and significant affect on continues intention to use.

Keywords: Functionality, Design Interface, Interaction and Information Quality, Customer Engagement, Continued Intention to use.

ABSTRAK

Bertumbuhnya popularitas teknologi dan aplikasi seluler membuat banyak perusahaan untuk mengembangkan hubungan dengan pelanggannya melalui aplikasi seluler, termasuk industri perbankan dengan aplikasi perbankan selulernya. Karena itu, penting untuk memahami bagaimana merancang aplikasi berdasarkan preferensi konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh fitur-fitur pada aplikasi perbankan seluler mana yang dapat mendorong terbentuknya keterikatan pelanggan serta dampaknya terhadap minat kelanjutan penggunaan aplikasi di Kota Semarang

Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 150 responden yang merupakan masyarakat pengguna aplikasi perbankan seluler di Kota Semarang. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan metode *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Dalam pengumpulan data digunakan metode kuantitatif dengan media kuesioner. Penelitian ini menggunakan *Structural Equation Modelling* (SEM) sebagai alat analisis.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa fitur fungsionalitas, desain tampilan, interaksi, dan kualitas informasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keterikatan pelanggan (sebagai variabel perantara) dan keterikatan pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat kelanjutan penggunaan.

Kata kunci: Fungsionalitas, Desain tampilan, Interaksi, Kualitas informasi, Keterikatan pelanggan, dan Minat kelanjutan penggunaan.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmad dan limpahan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“ANALISIS FITUR – FITUR PADA APLIKASI PERBANKAN SELULER YANG MENDORONG TERBENTUKNYA KETERIKATAN PELANGGAN SERTA DAMPAKNYA TERHADAP MINAT KELANJUTAN PENGGUNAAN (Studi pada pengguna Perbankan Seluler di Kota Semarang)”**.

Tujuan dari penyusunan skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat kelulusan jenjang Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang. Skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik berkat dukungan, doa, nasihat, dan semangat dari banyak pihak yang berada disekitar penulis. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar – besarnya kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, kemudahan serta kelancaran dalam menyelesaikan skripsi..
2. Papa, Mama, Mba Dyah, Mba Dessy dan seluruh keluarga besar yang selalu memeberikan doa dan dukungan kepada penulis.
3. Dr. Suharnomo, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
4. Dr. Harjum Muharam, S.E., M.M selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
5. Dr. Mahfudz, SE., MT selaku Dosen Wali.
6. Dr. I Made Bayu Dirgantara, SE., MM selaku dosen pembimbing terbaik yang senantiasa membantu, memotivasi, dan memberikan arahan serta ide kepada penulisan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

7. Seluruh dosen dan jajaran staff Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang yang telah memberikan ilmu, pengetahuan dan bantuan kepada penulis dalam mengurus seluruh urusan administrasi selama menempuh studi.
8. Kepada sahabat sekaligus partner perantauan di Semarang, Feby. Terimakasih karena sudah mau menjadi tempat berkeluh kesah dan segala kontribusinya kepada penulis.
9. Sahabat pertemanan sehat, Alia terimakasih karena sudah memotivasi penulis untuk terus berprogress menjadi lebih baik lagi, dan Sahabat sekaligus tetangga sejak kecil, Wulan yang selalu sabar menanti kepulangan penulis dari perantauan. Terimakasih dan semangat selalu untuk kalian.
10. Teman seperantauan di Tembalang, Ali, Nina, Nisa dan mba Utari. Terimakasih karena sudah menemani hari-hari penulis dan kebaikan kalian karena sudah mau direpotkan.
11. Geng Stroberi Manajemen, Sisca, Fitria, Rina, Maul, Yoli, Assa, Nevel, Annisa dan Teresa yang mengisi hari-hari perkuliahan di mene dan selalu mendoakan, menyemangati dan memberi dukungan kepada sang penulis.
12. Teman – teman perambisan skripsi yang telah berkenan diajak diskusi, direpotkan, dan dikeluh-kesahkan sehingga penulis termotivasi untuk lulus, Jamet, Bambang, Cucis, dan Adi yang sudah mau mengajarkan penulis untuk mengolah data serta geng perpustakaan.
13. Kepada teman-teman seperbimbingan Aul, Laila, Krisna, Faizal, Ariq, Javin, Rio, dan Bima. Terimakasih atas bantuannya selama ini dan semangat untuk kalian semua.
14. Kepada keluarga 42 hari penulis KKN TIM II Desa Cukil, kec Tengaran. Fanny, Nena, Vivi, Mas Ayus, Mas Jab, Vanda, Fani, Mike, Mas bagas, Arman, dan Bagas. Terimakasih atas kebersamaan, pembelajaran ilmu, serta keharmonisan yang diciptakan selama di posko.

15. Keluarga Kestra BEM UNDIP 2017, terlebih geng kadiv koplak, Dini dan Ramadhan yang selalu memberi hiburan disaat berorganisasi dan memberi memberi motivasi agar cepat lulus.
16. Keluarga Humas BEM UNDIP 2016, terimakasih atas semua pelajaran dalam berorganisasi dan petuah-petuah supaya sukses di dunia perkuliahan.
17. Teman-teman S1 Manajemen angkatan 2015 yang telah memberikan pembelajaran dan kenangan kepada penulis selama menempuh studi.
18. Terimakasih kepada seluruh responden yang telah meluangkan waktu dan tenaganya untuk mengisi kuesioner penelitian.
19. Dan kepada seluruh pihak yang membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi secara tidak langsung yang tidak bisa disebutkan satu-persatu.

Penulis sadar bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan. Sehingga, penulis membutuhkan saran yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan dan dapat dijadikan masukan untuk penelitian selanjutnya

Semarang, 19 Juni 2019

Penulis,

(Dina Yulita Husada)

NIM. 12010115130204

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN SKRIPSI	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Tujuan dan Kegunaan penelitian	10
1.3.1 Tujuan Penelitian	10
1.3.2 Kegunaan Penelitian	11
1.4. Sistematika Penulisan.....	12
BAB II.....	13
TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1. Landasan Teori.....	13
2.1.1 Perilaku Konsumen.....	13
2.1.2 Manajemen Pemasaran Strategis	15
2.1.3 Minat Kelanjutan Penggunaan.....	16
2.1.4 Keterikatan Pelanggan	18
2.1.5 Fitur Aplikasi terhadap Keterikatan Pelanggan	20
2.1.6 Fitur Fungsionalitas	22

2.1.7 Fitur Desain Tampilan	23
2.1.8 Fitur Interaksi.....	24
2.1.9 Fitur Kualitas Informasi (Konten)	25
2.2. Hubungan antar Variabel.....	26
2.2.1 Hubungan Fitur Fungsionalitas dengan Keterikatan Pelanggan.....	26
2.2.2 Hubungan Fitur Desain Tampilan dengan Keterikatan Pelanggan.....	27
2.2.3 Hubungan Fitur Interaksi dengan Keterikatan Pelanggan	28
2.2.4 Hubungan Fitur Kualitas Informasi dengan Keterikatan Pelanggan	30
2.2.5 Hubungan Keterikatan Pelanggan dengan Minat Kelanjutan Penggunaan	31
2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	33
BAB III.....	34
METODE PENELITIAN	34
3.1. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	34
3.1.1 Variabel Penelitian.....	34
3.1.2 Definisi Operasional Variabel	35
3.2 Populasi dan Sampel.....	37
3.2.1 Populasi.....	37
3.2.2 Sampel	38
3.3 Jenis dan Sumber Data	39
3.4 Metode Pengumpulan Data	40
3.5 Uji Kelayakan Kuesioner	41
3.5.1 Uji Semantik	42
3.5.2 Uji Statistik	51
3.6 Metode Analisis.....	55
3.7 Variabel Hipotesis dan Indikator Variabel.....	62
BAB IV	63
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	63
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	63
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	63
4.1.2 Gambaran Umum Responden.....	63

4.2 Interpretasi Hasil.....	69
4.2.1 Analisis Sampel Jawaban Terbuka	69
4.2.6 Asumsi SEM.....	72
4.2.2 Analisis Faktor Konfirmatori (<i>Confirmatory Factor Analysis</i>).....	79
4.2.4 Analisis Validitas Konvergen	85
4.2.3 Analisis Full Model SEM	86
4.2.5 Analisis Direct Effect, Indirect Effect dan Total Effect.	90
4.3 Pengujian Hipotesis	92
BAB V.....	98
PENUTUP.....	98
5.1 Kesimpulan.....	98
5.2 Implikasi Manajerial.....	98
5.3 Keterbatas Penelitian	101
5.4 Saran untuk Penelitian Mendatang.....	101
DAFTAR PUSTAKA	102
LAMPIRAN I.....	107
LAMPIRAN II	118
LAMPIRAN III.....	127

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Aplikasi Perbankan seluler pada Bank Komersial di Indonesia.....	4
Tabel 2.1 Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen.....	14
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	36
Tabel 3.2 Tabel Uji Semantik Indikator-Variabel Fitur Fungsionalitas.....	43
Tabel 3.3 Tabel Uji Semantik Indikator-Variabel Fitur Desain Tampilan.....	43
Tabel 3.4 Tabel Uji Semantik Indikator-Variabel Fitur Interaksi.....	44
Tabel 3.5 Tabel Uji Semantik Indikator-Variabel Fitur Kualitas Informasi.....	45
Tabel 3.6 Tabel Uji Semantik Indikator-Variabel Keterikatan Pelanggan.....	46
Tabel 3.7 Tabel Uji Semantik Indikator-Variabel Minat kelanjutan Penggunaan.....	47
Tabel 3.8 Tabel Uji Semantik Indikator-Hipotesis 1.....	48
Tabel 3.9 Tabel Uji Semantik Indikator-Hipotesis 2.....	49
Tabel 3.10 Tabel Uji Semantik Indikator-Hipotesis 3.....	49
Tabel 3.11 Tabel Uji Semantik Indikator-Hipotesis 4.....	50
Tabel 3.12 Tabel Uji Semantik Indikator-Hipotesis 5.....	51
Tabel 3.13 Hasil Uji Validitas.....	52
Tabel 3.14 Hasil Uji Reliabilitas.....	54
Tabel 4.1 Responden berdasarkan Jenis kelamin.....	64
Tabel 4.2 Responden berdasarkan Usia.....	65
Tabel 4.3 Responden berdasarkan Pekerjaan.....	66
Tabel 4.4 Responden berdasarkan tingkat pemasukan perbulan.....	67
Tabel 4.5 Responden berdasarkan frekuensi penggunaan perbulan.....	68
Tabel 4.6 Analisis Jawaban Pertanyaan Terbuka.....	69
Tabel 4.7 Uji Normalitas.....	73
Tabel 4.8 Uji Jarak Mahalonobis (<i>Mahalanobis Distance</i>)	75
Tabel 4.9 <i>Standardized Residual Covariances</i>	76
Tabel 4.10 <i>Reliability</i> dan <i>Variance Extract</i>	77
Tabel 4.11 Hasil Pengujian Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Eksogen.....	81

Tabel 4.12 <i>Regression Weight</i> Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Eksogen.....	81
Tabel 4.13 Hasil Pengujian Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Endogen	84
Tabel 4.14 <i>Regression Weight</i> Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Eksogen	84
Tabel 4.15 <i>Standardized Regression Weight</i>	86
Tabel 4.16 Hasil Pengujian Analisis Faktor Konfirmatori Full Model	88
Tabel 4.17 <i>Regression Weight</i> Full Model SEM	89
Tabel 4.18 Nilai <i>Direct Effect</i>	90
Tabel 4.19 Nilai <i>Indirect Effect</i>	91
Tabel 4.20 Nilai <i>Total Effect</i>	92
Tabel 4.21 <i>Estimation Parameter Regression Weights</i>	93

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Frekuensi Penggunaan Internet melalui Perangkat tahun 2018.....	2
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	33
Gambar 3.1 Rentang Skala Interval.....	41
Gambar 3.2 Variabel Hipotesis dan Indikator Variabel.....	62
Gambar 4.1 Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Eksogen.....	80
Gambar 4.2 Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Endogen.....	83
Gambar 4.3 Full Model SEM.....	87

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN II KUESIONER PENELITIAN.....	107
LAMPIRAN II TABULASI DATA.....	118
LAMPIRAN III HASIL OLAH DATA	127

BAB I

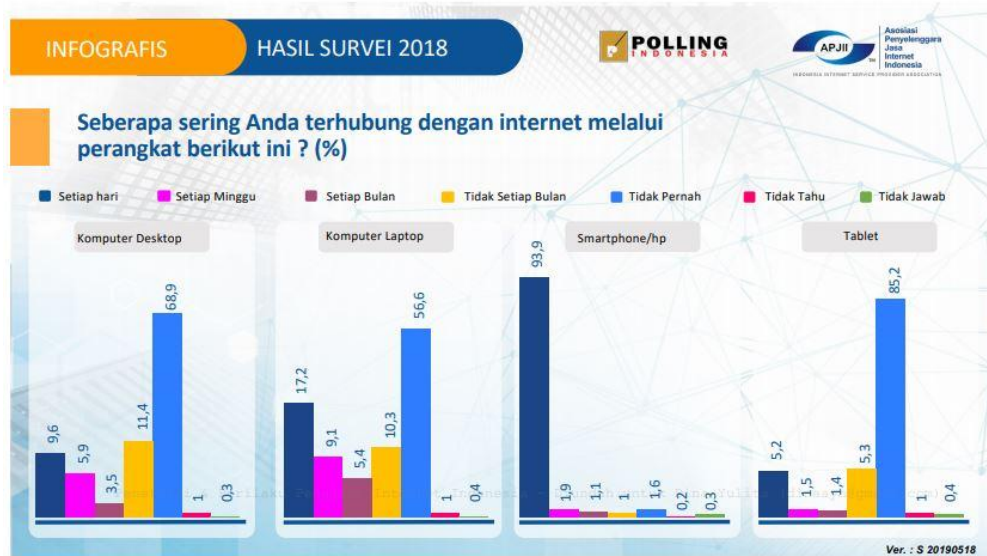
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dewasa ini, perkembangan teknologi telah dirasakan oleh semua orang dalam melakukan berbagai aktivitas. Kemajuan teknologi merupakan sesuatu yang tidak bisa dihindari di masa ini, kemajuan teknologi akan berjalan sesuai dengan kemajuan ilmu pengetahuan. Teknologi berevolusi dengan cepat dan inovasi dilakukan secara besar dan menyeluruh sebagai langkah mengikuti perkembangan zaman. Era globalisasi menjadikan segala aktivitas membutuhkan teknologi, baik secara langsung maupun tidak langsung. Aktivitas bisnis akan terus mundur dan pada akhirnya tidak akan bertahan dalam waktu yang lama apabila perusahaan tidak dapat mengikuti pola perkembangan teknologi (Sadik-Rozsnyai & Bertrandias, 2019). Semua bidang dan sektor perusahaan perlu memperhatikan masalah ini termasuk sektor perbankan yang tidak terlepas dari peran teknologi ini.

Salah satu perkembangannya teknologi yaitu telepon pintar. Saat ini telepon pintar menjadi salah satu perangkat yang paling sering digunakan di Indonesia untuk mengakses internet. Hal tersebut dapat dilihat pada gambar dibawah ini.

Gambar 1.1
Frekuensi Penggunaan Internet melalui Perangkat tahun 2018



Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia 2018

Berdasarkan data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia tahun 2018, sebesar 93,9 persen pengguna internet menggunakan perangkat telepon pintar atau hp mereka untuk mengakses internet setiap hari. Penggunaan telepon pintar ini mendominasi penggunaan internet dibanding dengan perangkat komputer desktop sebesar 9,6 persen, laptop sebesar 17,2 persen dan tablet 5,2 persen. Maka dapat disimpulkan bahwa penggunaan telepon pintar menjadi perangkat yang paling sering digunakan untuk mengakses internet.

Banyaknya kebutuhan yang tidak terlepas dari telepon pintar menyebabkan perangkat ini paling sering digunakan oleh masyarakat di Indonesia. Fasilitas-fasilitas yang terdapat pada telepon pintar tidak terbatas pada fungsi telepon dan berkirim

pesan saja, berbelanja daring, bertransaksi, bahkan melakukan aktivitas bisnis sekalipun semua bisa dilakukan menggunakan telepon pintar (Sahoo & Swain, 2012). Semua aktivitas tersebut tidak terlepas dari dukungan aplikasi seluler yang mutakhir guna menunjang aktivitas tersebut. Bertumbuhnya popularitas teknologi dan aplikasi seluler membuat banyak perusahaan untuk mengembangkan hubungan dengan pelanggannya melalui aplikasi seluler. Berbagai macam variasi aplikasi yang ada perlu adanya keunggulan dari segi fitur sehingga dapat menjadi pilihan bagi pengguna. Hal ini dapat menjadi dasar bagi sektor perbankan untuk terus mengembangkan layanan perbankan elektronik.

Salah satu teknologi yang dilakukan bank adalah memberikan pelayanan melalui perbankan elektronik. Memasuki tahun 2000an, implementasi perbankan elektronik dan perbankan seluler mulai dilakukan oleh beberapa Bank di Indonesia. Bank di Indonesia mulai memasuki dunia maya. Dikutip dari laman resmi Bank Indonesia mendefinisikan Perbankan elektronik adalah salah satu pelayanan jasa bank yang memungkinkan nasabah untuk memenuhi kebutuhan nasabah atas alternatif media serta memperoleh informasi, melakukan komunikasi dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet dan telepon seluler.

Layanan perbankan elektronik meliputi perbankan internet, perbankan seluler, perbankan telepon, dan perbankan layanan pesan singkat. Perkembangan perbankan seluler di bandingkan layanan perbankan elektronik lainnya terbilang paling cepat. Era digital semakin menggeser kantor cabang yang dimiliki bank berkat adanya layanan perbankan seluler yang mampu menjawab kebutuhan masyarakat modern

dengan mengedepankan kecepatan mobilitas dalam bertransaksi. Perbankan seluler menciptakan kemudahan layanan perbankan yang terbilang cukup kompleks hanya dengan satu sentuhan (Sahoo & Swain, 2012).

Pengguna perbankan seluler semakin tahun semakin meningkat. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat, jumlah pengguna perbankan elektronik meningkat sebesar 270%, dari 13,6 juta nasabah pada 2012 menjadi 50,4 juta nasabah pada 2016. Peningkatan terjadi dikarenakan adanya penyesuaian perilaku dan kebiasaan di masyarakat modern (Sadik-Rozsnyai & Bertrandias, 2019). Peningkatan jumlah pengguna perbankan seluler secara tidak langsung diiringi dengan semakin tingginya juga kompetisi antar bank untuk memunculkan aplikasi perbankan seluler dengan fitur terbaik, sehingga dapat menjadi salah satu daya pikat bagi nasabah untuk tetap memilih bank tersebut ditengah kompetisi munculnya aplikasi sejenis.

Tabel 1.1
Aplikasi Perbankan Seluler pada Bank Komersial di Indonesia

No	Nama bank	Nama aplikasi
1	Bank Mandiri	Mandiri Online
2	BCA	BCA Mobile
3	BNI	BNI Mobile Banking
4	BRI	BRI Mobile
5	BTN	BTN Mobile
6	Bukopin	Bukopinet

No	Nama bank	Nama aplikasi
7	Bank BTPN	Jenius
8	Bank Danamon	D-Bank
9	Bank Mega	Mega Mobile
10	Bank CIMB	Go Mobile by CIMB NIAGA
11	Bank permata	Permata Mobile
12	Bank HSBC	HSBC Mobile banking

Sumber: dari berbagai sumber dan diolah penulis, 2019

Berdasarkan data diatas dapat kita simpulkan bahwa semakin banyak bank di Indonesia untuk menawarkan aplikasi perbankan selulernya, rata-rata perbankan komersial di Indonesia sudah memiliki layanan ini dan tentunya hal ini akan diikuti oleh bank komersial lainnya. Adanya kenyataan tersebut, mengakibatkan timbul tingkat persaingan perbankan dalam menyajikan layanan perbankan selulernya agar diminati dan menjadi pilihan bagi nasabahnya, untuk menyikapi hal tersebut bank perlu menciptakan aplikasi perbankan seluler dengan fitur-fitur menarik dan sesuai dengan kebutuhan pelanggannya. Mullan, Bradley, & Loane (2017) menyatakan bahwa aplikasi perbankan seluler dipercaya dapat menjadi strategi baru bagi perbankan untuk menimbulkan keterikatan pelanggan.

Keterikatan pelanggan (*Consumer Engagement*) sebagai salah satu hal yang bisa menjadi perhatian perusahaan, karena adanya peran pelanggan sebagai salah satu aspek penting bagi perusahaan untuk tetap bertahan terhadap keutuhan bisnis.

Keberadaan jumlah pelanggan yang besar dapat memperluas dan melebarkan usaha suatu bisnis. Pelanggan harus di jaga agar tetap loyal terhadap perusahaan, salah satu caranya adalah dengan memberikan perhatian dan menjaga hubungan dengan terus berinteraksi dengan pelanggan. interaksi yang intensif terbukti memiliki pengaruh signifikan untuk membangun hubungan keterikatan pelanggan (So, King, & Sparks, 2014)

Keterikatan pelanggan merupakan level tertinggi dari loyalitas pelanggan. Keterikatan pelanggan terjadi ketika hubungan diantara produk (barang dan jasa) terjalin sangat baik dengan merek atau perusahaan yang ada. Hubungan pada tingkat tertinggi ini ditandai dengan adanya sisi emosional dari pelanggan kepada perusahaan atau merek tersebut (So *et al.*, 2014). Hal yang biasa terjadi ketika hubungan antar pelanggan dan merek sudah berada pada tingkatan ini, pertimbangan rasional pelanggan ketika membeli produk kurang dipertimbangkan, sehingga pengorbanan dari segi ekonomi bukan lagi keputusan utama. Hal ini mendasari setiap perusahaan saat ini untuk berkompetisi menciptakan keterikatan pelanggan, karena jika suatu perusahaan sudah memiliki hubungan yang kuat dengan pelanggan, maka akan mencapai bisnis berkelanjutan di masa yang akan datang (Brodie *et al.*, 2011).

Kemampuan untuk mengikatkan pelanggan dengan perusahaan adalah upaya untuk mempertahankan pangsa pasar di tengah tingginya kompetisi pasar, terlebih dalam bidang aplikasi perbankan seluler di pasaran. Ketika dari sisi perusahaan sudah menyajikan layanan yang terbaik berupa fitur yang menarik dan mudah digunakan, hal tersebut dapat mendorong timbulnya keterikatan pelanggan. Keterikatan

pelanggan yang baik akan memiliki dampak memunculkan minat terhadap kelanjutan penggunaan layanan aplikasi perbankan seluler bagi pelanggannya.

Dewasa ini para peneliti mulai menanggapi pentingnya minat penggunaan berkelanjutan dari perbankan seluler. Seperti penelitian yang diteliti oleh Yousafzai *et al.* (2005) mengenai pentingnya minat penggunaan berkelanjutan dari perbankan internet dan dampaknya terhadap kinerja keuangan sektor perbankan. Istilah minat penggunaan berkelanjutan masih sering diabaikan dalam literatur pemasaran, karena sebagian besar studi masih berfokus pada konsumen atau penerimaan perbankan internet. Namun, dalam praktiknya penggunaan berkelanjutan dalam strategi pemasaran lebih sedikit mengeluarkan biaya karena ditujukan untuk mempertahankan pelanggan, dibandingkan dengan strategi akuisisi pembeli baru (Eriksson & Nilsson, 2007).

Tujuan dari setiap bisnis dalam jangka panjang adalah meningkatkan produktivitas dan memaksimalkan keuntungan. Strategi pertahanan dapat membantu mengembangkan manajemen hubungan pelanggan dan mengurangi resiko perilaku pergantian pelanggan, salah satu strategi yang dapat dilakukan adalah fokus kepada pelanggan agar puas dengan layanan yang diberikan sehingga pelanggan akan tetap menggunakan produk/layanan tersebut (Kasheir, Ashour, & Yacout, 2009)

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Tarute *et al.* (2017) mengenai pengaruh fitur pada aplikasi seluler terhadap keterikatan pelanggan di Lithuania menyatakan terdapat beberapa fitur pada aplikasi seluler yang berpengaruh positif dan signifikan untuk menciptakan keterikatan pelanggan sehingga berdampak

terhadap minat kelanjutan penggunaan. Fitur desain dan kualitas informasi memiliki pengaruh positif namun, ditemukan adanya pengaruh negatif antara fitur fungsionalitas dan interaksi terhadap keterikatan pelanggan. Hal tersebut memiliki hasil berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Bhave, Jain, & Roy (2013) yang menyatakan pengaruh positif fitur fungsionalitas terhadap keterikatan pelanggan dan penelitian yang dilakukan oleh Zhao & Balagué (2015) pun menyatakan pengaruh positif antara fitur interaksi dengan keterikatan pelanggan.

Berdasarkan uraian hasil penelitian diketahui adanya konklusi hasil pada variabel fitur fungsionalitas dengan keterikatan pelanggan dan fitur interaksi dengan keterikatan pelanggan, selain itu penelitian tersebut masih terbatas pada konteks aplikasi seluler secara umum. Menanggapi hal tersebut, peneliti ingin menelaah lebih jauh lagi apakah hasil penelitian terdahulu akan sama apabila penelitian ini memiliki pembaruan pada objek penelitian dengan konteks lebih mendalam pada bidang perbankan yaitu aplikasi perbankan seluler. Hingga pada akhirnya, hasil penelitian nanti akan menunjukkan apakah hasil dalam penelitian ini akan mendukung hipotesis penelitian terdahulu atau menghasilkan suatu kesimpulan baru yang berbeda.

Berdasarkan uraian di atas, variabel yang dipilih dalam penelitian ini adalah fitur Fungsionalitas, Desain, Interaksi, dan Kualitas informasi sebagai variabel independen. Keterikatan pelanggan sebagai variabel intervening, dan minat kelanjutan penggunaan sebagai variabel dependen. Variabel tersebut dipilih berdasarkan dari penelitian terdahulu yang menunjukkan variabel–variabel yang dapat mempengaruhi keterikatan pelanggan serta dampaknya terhadap minat kelanjutan

penggunaan aplikasi. Oleh sebab itu, penulis tertarik untuk mengkaji secara mendalam penelitian dengan Judul **“Analisis Fitur–Fitur pada Aplikasi Perbankan Seluler yang mendorong terbentuknya Keterikatan Pelanggan serta dampaknya terhadap Minat Kelanjutan Penggunaan”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, dapat kita ketahui bahwa semakin populernya teknologi telepon pintar dan aplikasi seluler membuat banyak perusahaan untuk mengembangkan hubungan dengan pelanggannya melalui aplikasi seluler, tidak terkecuali industri perbankan dengan aplikasi perbankan seluler mereka. Karena itu, penting untuk memahami bagaimana merancang aplikasi berdasarkan preferensi konsumen. Berdasarkan penelitian Tarute *et al.* (2017) yang dilakukan di Lithuania dapat diketahui bahwa terdapat beberapa fitur pada aplikasi seluler yang berpengaruh positif dan signifikan untuk mendorong terbentuknya keterikatan pelanggan. Oleh karena itu penelitian ini ingin mengetahui apakah hasil tersebut juga berlaku di Indonesia. Selanjutnya peneliti menetapkan aplikasi perbankan seluler sebagai objek penelitian karena belum pernah dilakukannya penelitian mengenai analisis fitur–fitur pada aplikasi perbankan seluler yang mendorong terbentuknya keterikatan pelanggan serta dampaknya terhadap minat kelanjutan penggunaan aplikasi. Berdasarkan uraian diatas terdapat celah riset yang dapat diusung sebagai tema dalam penelitian ini. Maka pertanyaan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah fitur fungsionalitas berpengaruh terhadap terbentuknya keterikatan pelanggan pada pengguna aplikasi perbankan seluler?
2. Apakah fitur desain tampilan berpengaruh terhadap terbentuknya keterikatan pelanggan pada pengguna aplikasi perbankan seluler?
3. Apakah fitur interaksi berpengaruh terhadap terbentuknya keterikatan pelanggan pada pengguna aplikasi perbankan seluler?
4. Apakah fitur kualitas informasi berpengaruh terhadap terbentuknya keterikatan pelanggan pada pengguna aplikasi perbankan seluler?
5. Apakah keterikatan pelanggan berpengaruh terhadap minat kelanjutan penggunaan aplikasi perbankan seluler?

1.3. Tujuan dan Kegunaan penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang dirumuskan, maka tujuan yang ingin dicapai penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh fitur fungsionalitas terhadap terbentuknya Keterikatan pelanggan pada pengguna aplikasi perbankan seluler.
2. Untuk menganalisis pengaruh fitur desain tampilan terhadap terbentuknya Keterikatan pelanggan pada pengguna aplikasi perbankan seluler.
3. Untuk menganalisis pengaruh fitur interaksi terhadap terbentuknya Keterikatan pelanggan pada pengguna aplikasi perbankan seluler.

4. Untuk menganalisis pengaruh fitur kualitas informasi terhadap terbentuknya keterikatan pelanggan pada pengguna aplikasi perbankan seluler.
5. Untuk menganalisis pengaruh keterikatan pelanggan terhadap minat kelanjutan penggunaan aplikasi perbankan seluler.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk:

1. Bagi Bank, diharapkan penelitian ini memberikan pandangan baru kepada perbankan sebagai bahan pertimbangan dalam memanfaatkan teknologi elektronik seperti perangkat *smartphone* dan internet dengan cara mendesain aplikasi perbankan seluler sesuai fitur yang sudah diajukan agar menarik minat pengguna untuk terus menggunakan aplikasi tersebut.
2. Bagi peneliti, untuk menerapkan serta memperdalam pengetahuan mengenai ilmu dan teori yang didapatkan semasa kuliah dan membandingkan dengan kondisi yang terjadi.
3. Bagi penelitian selanjutnya, diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi referensi untuk penelitian lebih lanjut terutama mengenai perilaku pengguna aplikasi perbankan seluler.

1.4. Sistematika Penulisan

Penelitian ini terdiri dari beberapa bab sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi landasan teori, hubungan antar variabel, hipotesis, dan kerangka pemikiran.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi variabel penelitian dan definisi operasional, penentuan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, metode pengolahan data, dan metode analisis.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang uraian deskripsi objek penelitian serta analisis data dan pembahasannya.

BAB V : PENUTUP

Bab ini merupakan bab terakhir yang berisi kesimpulan penelitian dan saran – saran yang merupakan hasil analisis data untuk mengatasi masalah yang ada.