

BAB 1

PENDAHULUAN

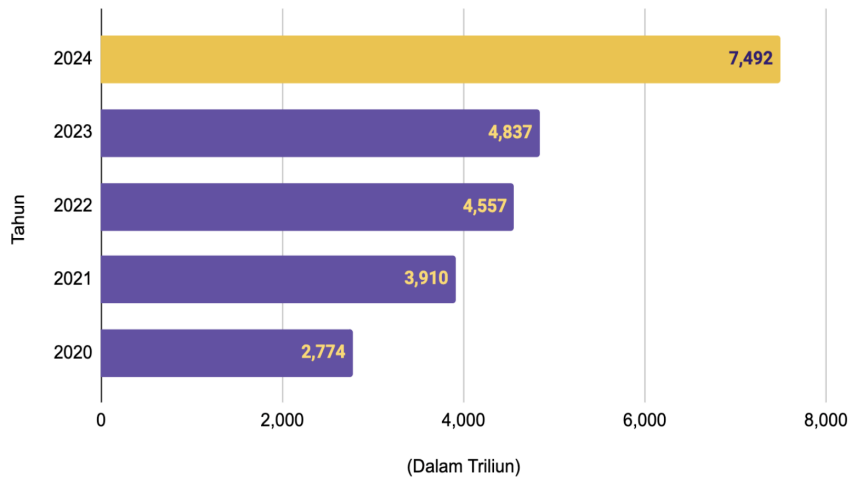
1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi telah mengubah cara masyarakat berkomunikasi, berinteraksi, dan mengakses informasi. Teknologi kini sudah melekat menjadi bagian dari aktivitas harian masyarakat. Sektor yang mengalami transformasi signifikan akibat perkembangan teknologi salah satunya adalah industri perbankan. Teknologi memainkan peran penting dalam meningkatkan efisiensi dan mutu layanan perbankan modern, karena menawarkan aksesibilitas yang lebih luas dan mempermudah komunikasi antara organisasi dan pelanggan (Ananda, 2021). Awalnya, teknologi hanya digunakan sebagai sarana pendukung sebagian operasional bank. Seiring dengan semakin ketatnya persaingan, industri perbankan terus berupaya menghadirkan inovasi melalui pemanfaatan teknologi guna memenuhi kebutuhan nasabah yang terus berubah mengikuti perkembangan jaman. Transformasi ini menjadikan industri perbankan sebagai solusi utama untuk menjawab ekspektasi masyarakat yang menginginkan kemudahan, kenyamanan, serta aksesibilitas tinggi dalam bertransaksi. Dengan kata lain, sektor perbankan kini telah berkembang menjadi lebih adaptif dan inovatif dalam menghadirkan layanan keuangan digital yang mendukung aktivitas keuangan masyarakat secara real-time, tanpa batasan waktu maupun tempat.

Dengan kemajuan teknologi, bank memiliki peluang untuk menawarkan layanan berbasis digital yang lebih modern dan kompetitif. Adopsi inovasi digital kini hadir untuk melayani nasabah melalui digital banking. Digital banking telah mengubah pola transaksi dan layanan perbankan yang sebelumnya dilakukan secara konvensional, kini dapat diakses secara digital melalui sebuah platform. Pemanfaatan teknologi digital dalam memberikan layanan kepada konsumen turut meningkatkan efisiensi operasional perbankan sekaligus membantu bank dalam menciptakan keunggulan kompetitif (Riza *et al.*, 2022). Digitalisasi ini menjadikan layanan perbankan semakin fleksibel, efisien, dan responsif terhadap tuntutan masyarakat saat ini yang mengutamakan kemudahan dan kenyamanan dalam bertransaksi.

Tingginya adopsi layanan perbankan digital di Indonesia tercermin dari data transaksi digital banking yang terus mengalami pertumbuhan pesat. Menurut Bank Indonesia, nilai transaksi digital banking pada September 2024 mencapai Rp7.492,93 triliun, meningkat sebesar 54,89% YoY (year-on-year) (Antara, 2024).

Nilai Transaksi Perbankan Digital di Indonesia



Gambar 1.1 Nilai Transaksi Perbankan Digital di Indonesia

Sumber: Diolah dari berbagai sumber (2025)

Pertumbuhan ini tidak hanya menunjukkan bahwa masyarakat semakin nyaman menggunakan layanan perbankan digital, tetapi juga menandakan adanya kepercayaan yang tinggi terhadap sistem perbankan digital. Hal ini menjadi indikator penting bahwa transformasi digital di sektor keuangan tidak hanya bersifat sementara, namun telah menjadi kebutuhan bagi gaya hidup finansial masyarakat modern, khususnya generasi muda.

Salah satu bentuk layanan digital banking yang semakin populer dan telah melekat dalam keseharian masyarakat modern adalah mobile banking. Bank Indonesia mendefinisikan mobile banking sebagai jenis transaksi keuangan yang dilakukan dengan menggunakan perangkat berupa *smartphone* dimana dana yang digunakan berasal dari rekening tabungan nasabah di bank. Dengan bantuan mobile banking, pengguna dapat melakukan berbagai jenis transaksi finansial secara digital melalui

perangkat seluler, seperti untuk pembayaran barang dan jasa, hingga tagihan rutin (Zhao & Bacao, 2021). Mobile banking memberikan banyak keuntungan bagi nasabah maupun bank. Bagi pengguna, m-banking menawarkan kemudahan akses, menghemat waktu, dan meningkatkan fleksibilitas dalam mengelola keuangan. Sementara bagi bank, layanan ini berkontribusi dalam efisiensi operasional, mengurangi biaya layanan konvensional, serta meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan (Alkhowaiter, 2020). Dengan fitur-fitur inovatif yang terus berkembang, mobile banking menjadi solusi utama dalam sistem perbankan modern yang mengutamakan kecepatan, keamanan, dan kenyamanan transaksi keuangan.

Menurut Darwoto, selaku Sekretaris Dinas Pemberdayaan, Perlindungan Anak, dan Pengendalian Penduduk (DPPAPP) DKI Jakarta, per tanggal 9 Juli 2024, sekitar 46% penduduk Jakarta terdiri dari generasi milenial dan Gen Z. Sebanyak 24% di antaranya berada dalam rentang usia 29-44 tahun (milenial), sementara 23% lainnya merupakan Gen Z dengan rentang usia 13-28 tahun. Sebagai generasi yang tumbuh di era revolusi digital, mereka tidak terpisahkan dari teknologi informasi dan komunikasi. Kehidupan sehari-hari mereka sangat bergantung pada perangkat seluler, termasuk dalam mengelola keuangan dan melakukan transaksi perbankan (Mu'asiroh & Darwanto, 2021).

Generasi Z dikenal memiliki gaya hidup yang sangat mengutamakan kenyamanan serta aksesibilitas dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam mengelola keuangan. Oleh karena itu, mobile banking menjadi solusi

yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Riset yang dilakukan IDN Research Institute mengungkapkan bahwa 60% kelompok usia milenial dan Gen Z kini telah beralih ke mobile banking. Angka tersebut menunjukkan perkembangan mobile banking semakin relevan dengan karakteristik populasi pengguna internet di Indonesia, yang sebagian besar berasal dari kalangan milenial dan gen Z. Mobile banking memberikan fleksibilitas, efisiensi, dan kemudahan bagi penggunanya dalam menjalankan aktivitas rutin harian, sesuai dengan gaya hidup generasi muda yang dinamis dan serba cepat. Di Indonesia, banyak bank telah meluncurkan super app mereka seperti, BCA Mobile, BRImo, SeaBank, dan *Livin' by Mandiri*.

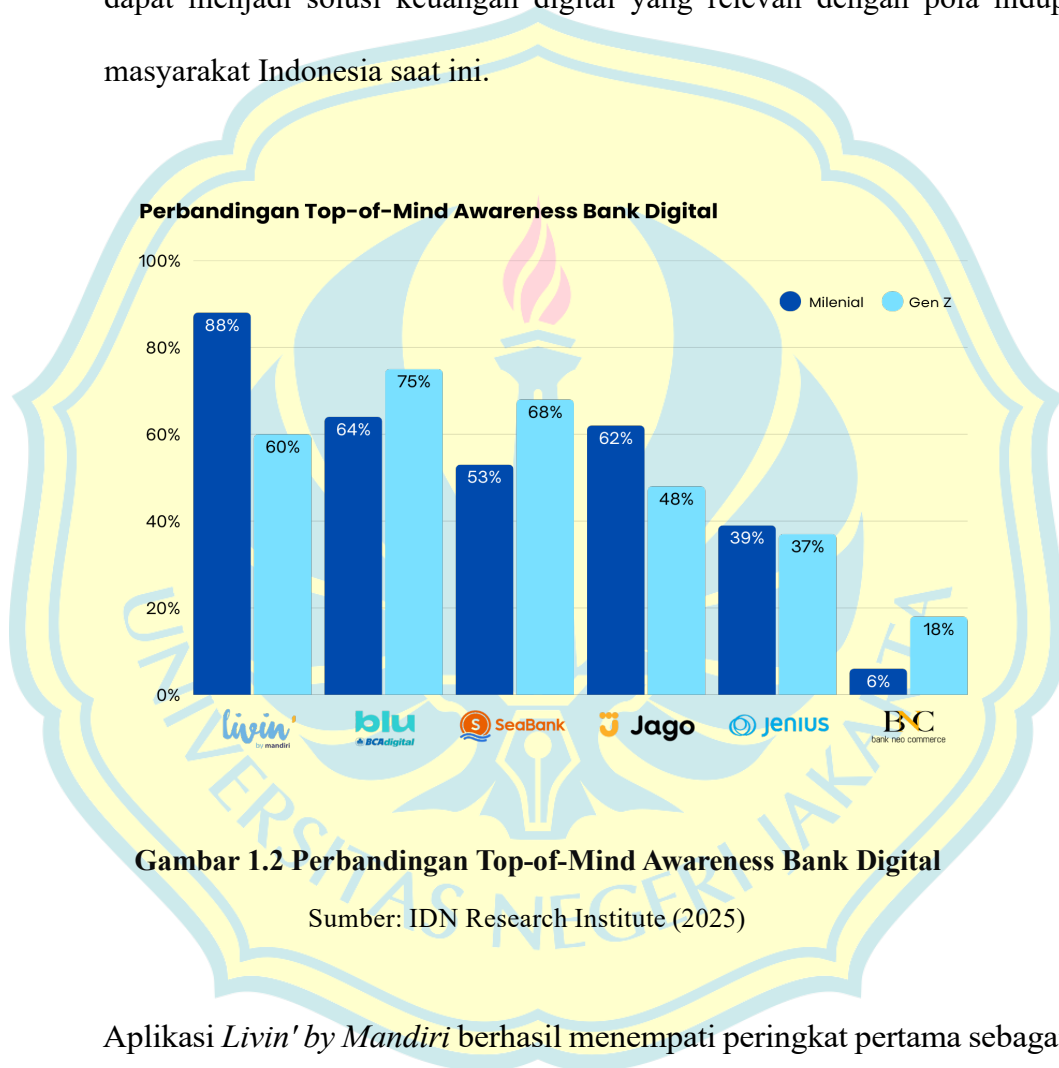
Livin' by Mandiri mencatat pertumbuhan signifikan dengan jumlah pengguna mencapai lebih dari 26 juta hingga Juni 2024, naik sebesar 35% dibandingkan tahun sebelumnya dan 37% secara tahunan (YoY). Pada waktu yang sama, aplikasi ini mengelola 1,8 miliar transaksi dengan nilai mencapai Rp1.883 triliun. Volume transaksi yang dilakukan melalui aplikasi ini mencapai 1,45 miliar transaksi, dengan total nilai transaksi sebesar Rp1.552 triliun (Bisnis.com, 2024). Secara keseluruhan, selama tahun 2024, Bank Mandiri memperkirakan nilai transaksi pada *Livin' Mandiri* mencapai Rp4.027 triliun, meningkat sebesar 23% dibandingkan tahun sebelumnya, yaitu Rp3.271 triliun.

Pada tahun 2024, *Livin' by Mandiri* menjadi aplikasi keuangan dan gaya hidup unggulan di Indonesia dan telah menjadi pilihan utama masyarakat Indonesia dalam menabung, berinvestasi, dan bertransaksi.

Sejak peluncurannya pada Oktober 2021, aplikasi ini terus berkembang dengan menghadirkan ratusan fitur inovatif yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan nasabah. Terhitung hingga kuartal I/2024, *Livin' by Mandiri* telah meluncurkan berbagai fitur unggulan seperti *QR Code Indonesia Standard (QRIS)*, *Tap to Pay*, *QR cross-border payment*, serta layanan finansial seperti *personal loan*, *cash advance*, dan *Livin' Paylater*. Tidak hanya menawarkan kemudahan dalam transaksi keuangan, *Livin' by Mandiri* juga menghadirkan fitur *Sukha*, yang memungkinkan nasabah untuk menikmati berbagai layanan gaya hidup dalam satu aplikasi. Melalui fitur ini, pengguna dapat memesan kamar hotel, membeli tiket konser, tiket pesawat, tiket kereta api, hingga berbelanja di berbagai mitra *online* dalam satu aplikasi. Dengan menyatukan pengalaman perbankan dan kebutuhan gaya hidup dalam satu platform, *Livin' by Mandiri* memberikan kenyamanan serta kemudahan maksimal bagi penggunanya. Tidak hanya itu, aplikasi ini juga memungkinkan nasabah untuk membuka rekening baru dengan kartu SIM lokal di 120 negara.

Sebagai bentuk komitmen dalam menghadirkan solusi keuangan yang inovatif, *Livin' by Mandiri* terus berinovasi untuk menciptakan fitur-fitur baru yang relevan dengan kebutuhan masyarakat modern. Salah satu inovasi terbaru mereka adalah *Livin' KPR* yang mempermudah pengguna dalam proses pengajuan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) secara digital. Dengan fitur ini, memungkinkan pengguna untuk mencari properti yang sesuai dengan preferensi sekaligus mengajukan KPR dalam satu aplikasi

yang sama. Seluruh fitur yang dikembangkan oleh *Livin' by Mandiri* dirancang untuk menjawab kebutuhan generasi muda, terutama milenial dan Gen Z, yang mengutamakan kemudahan, fleksibilitas, dan efisiensi dalam setiap aspek kehidupan mereka. Dengan terus berinovasi, *Livin' by Mandiri* dapat menjadi solusi keuangan digital yang relevan dengan pola hidup masyarakat Indonesia saat ini.



Gambar 1.2 Perbandingan Top-of-Mind Awareness Bank Digital

Sumber: IDN Research Institute (2025)

Aplikasi *Livin' by Mandiri* berhasil menempati peringkat pertama sebagai mobile banking dengan jumlah pengguna milenial terbanyak, di mana sebanyak 88% generasi milenial lebih memilih menggunakan aplikasi ini dibandingkan layanan mobile banking lainnya. Sebaliknya, tingkat preferensi di kalangan Gen Z menunjukkan selisih yang cukup signifikan,

yaitu hanya 60%. Perbedaan ini menjadi dasar ketertarikan peneliti untuk mengkaji lebih lanjut faktor-faktor yang membuat *Livin' by Mandiri* berhasil menjadi pilihan utama bagi generasi milenial, namun belum sepenuhnya mampu menarik minat Gen Z.

Dominasi generasi milenial sebagai pengguna utama *Livin' by Mandiri* merupakan pencapaian yang positif, namun penting bagi perusahaan untuk juga memahami karakteristik dan preferensi Gen Z. Perusahaan dapat merancang strategi yang efektif dalam membentuk loyalitas Gen Z dengan memahami faktor-faktor yang berpengaruh pada kepuasan Gen Z terhadap layanan *Livin' by Mandiri*. Hal ini penting mengingat loyalitas pelanggan (*customer loyalty*) merupakan keunggulan kompetitif jangka panjang yang bernilai strategis, khususnya dalam industri perbankan (Dwita & Mourbas, 2022). Bank dituntut untuk terus melakukan inovasi dalam menyediakan layanan yang dapat memenuhi kebutuhan nasabah guna mempertahankan loyalitas. Di industri perbankan, *customer loyalty* bukan sekadar melakukan pembelian sekali saja, melainkan merupakan bentuk komitmen jangka panjang yang terbentuk dari serangkaian pengalaman positif dan terus dipupuk seiring berjalannya waktu (Utami *et al.*, 2024). Ketika nasabah merasakan manfaat nyata dari mobile banking yang mereka gunakan, mereka cenderung untuk tetap menggunakan aplikasi dalam jangka panjang dan bahkan merekomendasikannya kepada orang lain.

Keberhasilan Bank Mandiri dalam mempertahankan loyalitas nasabah mobile banking *Livin' by Mandiri* tidak terlepas dari berbagai

faktor pendukung. Beberapa faktor pendukung yang mempengaruhi loyalitas nasabah meliputi *security*, *relative advantage*, dan *convenience*. Ketiga faktor ini berperan dalam membentuk *customer satisfaction* dan *customer loyalty* terhadap *Livin' by Mandiri*. Dalam menggunakan mobile banking, nasabah memberikan kepercayaan kepada pihak bank untuk menyimpan data keuangan serta data pribadi mereka yang bersifat sensitif. Oleh karena itu, *security* atau keamanan menjadi aspek utama yang sangat dipertimbangkan nasabah dalam memilih layanan mobile banking.

Sebagai platform yang melayani transaksi keuangan, *Livin' by Mandiri* dituntut untuk berkomitmen dalam menjamin kerahasiaan dan keamanan data nasabah. Sistem keamanan yang optimal, melindungi data nasabah dari berbagai ancaman kejahatan siber, seperti peretasan akun, pencurian data, dan penyalahgunaan informasi. Tingkat keamanan yang tinggi menjadi faktor penentu dalam membangun kepercayaan pengguna terhadap layanan mobile banking. Tingginya tingkat keamanan yang ditawarkan, akan meningkatkan rasa kepercayaan pengguna dan kemudian berdampak pada peningkatan kepuasan dan loyalitas mereka terhadap mobile banking *Livin' by Mandiri*.

Selain faktor keamanan, *relative advantage* atau keunggulan kompetitif juga berkontribusi pada kepuasan dan loyalitas nasabah mobile banking. Ketatnya persaingan antar mobile banking saat ini, mendorong setiap platform untuk berlomba-lomba menawarkan berbagai fitur inovatif yang memberikan nilai tambah dan membedakannya dari

kompetitor. Keberhasilan *Livin' by Mandiri* dalam mempertahankan loyalitas nasabahnya tidak terlepas dari berbagai keunggulan yang ditawarkan untuk memberikan kemudahan dan fleksibilitas bagi penggunanya. Keunggulan-keunggulan ini yang kemudian memberikan pengalaman yang tak terlupakan bagi nasabah, sehingga meningkatkan kepuasan dan mendorong loyalitas mereka terhadap *Livin' by Mandiri*.

Faktor krusial lainnya yang mendorong loyalitas nasabah menggunakan mobile banking adalah *convenience* atau kenyamanan. Nasabah cenderung loyal terhadap layanan mobile banking ketika mereka merasakan kemudahan dan fleksibilitas dalam bertransaksi, dimana transaksi dapat dilakukan dimana pun dengan cepat. *Livin' by Mandiri* menghadirkan pengalaman bertransaksi yang nyaman melalui kemudahan akses, kemudahan penggunaan, dan efisiensi yang ditawarkan. Rasa puas nasabah akan terus meningkat dengan adanya sistem yang responsif dan minim gangguan yang pada akhirnya akan meningkatkan loyalitas mereka terhadap *Livin' by Mandiri*.

Seluruh faktor tersebut secara bersamaan membentuk *customer satisfaction* dalam menggunakan mobile banking *Livin' by Mandiri*. *Customer satisfaction* bergantung dengan ekspektasi awal yang telah ditetapkan pelanggan terhadap pengalaman penggunaan layanan. Pelanggan akan merasa tidak puas ketika layanan yang diterima tidak sesuai ekspektasi. Sebaliknya, mereka akan puas apabila layanan yang diberikan sesuai ekspektasi, terlebih jika layanan dapat melampaui ekspektasi, maka pelanggan akan merasa jauh lebih puas (Yang *et al.*,

2023). *Customer satisfaction* merupakan persepsi yang timbul dari hasil kombinasi beberapa faktor, seperti keamanan yang terjamin, keunggulan layanan yang diberikan, serta kemudahan dalam menggunakan layanan.

Ketika nasabah mendapatkan pengalaman yang memuaskan dalam menggunakan suatu layanan, mereka tidak akan beralih ke platform lain dan memilih untuk tetap setia. Dengan mempertimbangkan pentingnya faktor-faktor tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi seberapa besar *security*, *relative advantage*, dan *convenience* mempengaruhi *customer satisfaction*, serta bagaimana kepuasan tersebut berdampak pada *customer loyalty* mobile banking *Livin' by Mandiri*. Diharapkan hasil penelitian ini dapat berkontribusi untuk sektor perbankan, khususnya Bank Mandiri, untuk menyusun pengembangan strategi layanan digital agar lebih sesuai dengan kebutuhan nasabah. Dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan dan loyalitas nasabah, Bank Mandiri dapat terus berinovasi dalam meningkatkan pengalaman pengguna dan mempertahankan loyalitas pelanggan dalam jangka panjang.

1.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka pertanyaan yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *security* berpengaruh terhadap *customer satisfaction* Gen Z pengguna *Livin' by Mandiri*?

2. Apakah *relative advantage* berpengaruh terhadap *customer satisfaction* Gen Z pengguna *Livin' by Mandiri*?
3. Apakah *convenience* berpengaruh terhadap *customer satisfaction* Gen Z pengguna *Livin' by Mandiri*?
4. Apakah *security* berpengaruh terhadap *customer loyalty* Gen Z pengguna *Livin' by Mandiri*?
5. Apakah *relative advantage* berpengaruh terhadap *customer loyalty* Gen Z pengguna *Livin' by Mandiri*?
6. Apakah *convenience* berpengaruh terhadap *customer loyalty* Gen Z pengguna *Livin' by Mandiri*?
7. Apakah *customer satisfaction* memiliki pengaruh terhadap *customer loyalty* Gen Z pengguna *Livin' by Mandiri*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh *security* terhadap *customer satisfaction* Gen Z pengguna *Livin' by Mandiri*.
2. Untuk menganalisis pengaruh *relative advantage* terhadap *customer satisfaction* Gen Z pengguna *Livin' by Mandiri*.
3. Untuk menganalisis pengaruh *convenience* terhadap *customer satisfaction* Gen Z pengguna *Livin' by Mandiri*.
4. Untuk menganalisis pengaruh *security* terhadap *customer loyalty* Gen Z pengguna *Livin' by Mandiri*.

5. Untuk menganalisis pengaruh *relative advantage* terhadap *customer loyalty* Gen Z pengguna *Livin' by Mandiri*.
6. Untuk menganalisis pengaruh *convenience* terhadap *customer loyalty* Gen Z pengguna *Livin' by Mandiri*.
7. Untuk menganalisis pengaruh *customer satisfaction* terhadap *customer loyalty* Gen Z pengguna *Livin' by Mandiri*.

1.4 Manfaat Penelitian

Diharapkan penelitian ini bisa memberikan manfaat teoritis dan manfaat praktis yang berguna. Manfaat dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Menambah wawasan dalam literatur digital banking berkaitan dengan hal-hal yang berpengaruh pada loyalitas Gen Z terhadap penggunaan mobile banking dan berkontribusi akademik dalam pengembangan teori terkait kepuasan dan loyalitas konsumen di era digital.

2. Manfaat Praktis

- a) Bagi Industri Perbankan

Penelitian ini memberikan manfaat praktis kepada industri perbankan dengan memberikan pemahaman terkait hal-hal yang mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pengguna terhadap mobile banking. Dengan memahami hal tersebut, bank bisa mengembangkan strategi peningkatan layanan yang lebih tepat sasaran dengan menghadirkan inovasi-

inovasi yang unggul. Pemahaman ini juga membantu bank merancang program retensi nasabah yang lebih efektif untuk memperkuat loyalitas, meningkatkan kepuasan, serta mendorong profitabilitas jangka panjang.

b) Bagi Perusahaan (Bank Mandiri)

Memberikan wawasan serta referensi bagi Bank Mandiri dalam mengevaluasi dan mengembangkan layanan *Livein' by Mandiri* agar semakin sesuai dengan kebutuhan dan preferensi Gen Z. Temuan pada penelitian juga diharapkan dapat membantu perusahaan dalam mengembangkan strategi yang lebih optimal dalam meningkatkan pengalaman pengguna mobile banking terutama pada aspek *security*, *relative advantage*, dan *convenience*.