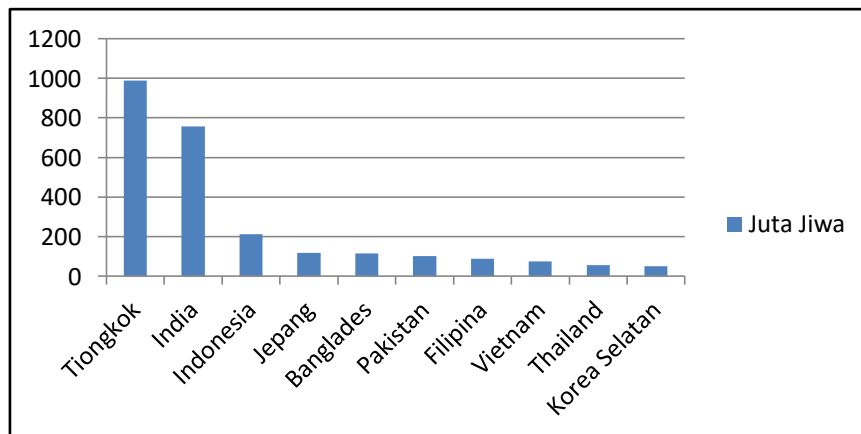


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Era digital membentuk transformasi signifikan di perusahaan dalam memberikan pelayanan terbaik bagi *customer* atau pelanggannya. Teknologi kini memiliki perkembangan yang sangat pesat menyebabkan mobilitas kegiatan manusia kian mudah dan cepat. Aktivitas mulai dari keseharian, pendidikan, bisnis dan transaksi saat ini tak lepas dari teknologi digitalisasi. Pada masa pandemi covid-19 ini, masyarakat sangat terbantu dan memaksimalkan berbagai media digital dalam berbagai aktivitas. Internet berkembang sangat pesat dalam digitalisasi serta menjadi lekat akan kaitannya dengan seluruh aspek kehidupan masyarakat saat ini.



Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Internet Terbanyak Di Asia

Sumber: Data diolah peneliti, 2022

Berdasarkan data *Internet World Stats* yang dimuat dalam *website* databoks.kadata.co.id [1], menunjukkan bahwa pengguna internet pada masyarakat Indonesia jumlahnya telah berada diangka 212,35 juta penduduk hingga bulan Maret 2021. Jumlah tersebut menunjukkan bahwa masyarakat

Indonesia menempati posisi ketiga dalam katagori terbanyak pengguna internet pada wilayah Asia. Banyaknya pengguna internet pada masyarakat Indonesia tentu akan dapat menjadi peluang bagi industri bisnis, khususnya perusahaan jasa yang menyediakan *mobile application*. Tentu dengan keberadaan internet yang perkembangannya sangat pesat serta juga pengguna yang sangat banyak, akan menjadi peluang perusahaan dalam menjangkau pelanggan lebih luas serta memberikan pelayanan yang efisien serta efektif.

Dalam industri digital saat ini perusahaan jasa juga menyediakan berbagai *mobile application* untuk mempermudah pelanggan dalam memenuhi keinginannya, seperti halnya disektor perbankan, transportasi, dan investasi. Perkembangan *digitalisasi* ini juga pesat dalam pasar modal Indonesia, terutama pada perusahaan penyedia jasa untuk bertransaksi di pasar modal Indonesia atau yang biasa disebut dengan perusahaan sekuritas, yaitu perusahaan yang sudah mendapat izin usaha yang diberikan OJK agar dapat melaksanakan berbagai aktivitas usaha seperti penjamin emisi efek, perantara pedagang efek, ataupun aktivitas lainnya dengan ketentuan yang sudah diatur. Hingga Maret 2022 terdapat 94 perusahaan sekuritas beroperasi di Indonesia.

Tabel 1.1 Daftar Perusahaan Sekuritas Di Indonesia

No	Nama Perusahaan	No	Nama Perusahaan	No	Nama Perusahaan
1	Ajaib Sekuritas Asia	33	IMG Sekuritas	65	Phintraco Sekuritas
2	Aldiracita Sekuritas Indonesia	34	HSBC Sekuritas Indonesia	66	Phillip Sekuritas Indonesia
3	Amantara Sekuritas Indonesia	35	Indo Premier Sekuritas	67	Pilarmas Investindo Sekuritas
4	Anugerah Sekuritas Indonesia	36	Indosurya Bersinar Sekuritas	68	Profindo Sekuritas Indonesia
5	Artha Sekuritas Indonesia	37	Inti Teladan Sekuritas	69	Reliance Sekuritas Indonesia Tbk
6	Bahana Sekuritas	38	Indo Capital Sekuritas	70	Panin Sekuritas Tbk
7	BCA Sekuritas	39	Inti Fikasa Sekuritas	71	Paramitra Alfa Sekuritas

8	Binaartha Sekuritas	40	Investindo Nusantara Sekuritas	72	Royal Investium Sekuritas
9	BNC Sekuritas Indonesia	41	J.P. Morgan Sekuritas Indonesia	73	Samuel Sekuritas Indonesia
10	BNI Sekuritas	42	Makindo Sekuritas	74	Panca Global Sekuritas
11	BRI Danareksa Sekuritas	43	Jasa Utama Capital Sekuritas	75	Semestas Indovest Sekuritas
12	Buana Capital Sekuritas	44	KAF Sekuritas Indonesia	76	Shinhan Sekuritas Indonesia
13	Bumi Putera Sekuritas	45	Mandiri Sekuritas	77	RHB Sekuritas Indonesia
14	CGS-CIMB Sekuritas Indonesia	46	Kiwoom Sekuritas Indonesia	78	Stockbit Sekuritas Digital
15	Ciptadana Sekuritas Asia	47	Korea Investmen And Sekuritas Indonesia	79	Supra Sekuritas Indonesia
16	CLSA Sekuritas Indonesia	48	Lotus Andalan Sekuritas	80	Trimegah Sekuritas Indonesia Tbk
17	Credit Suisse Sekuritas Indonesia	49	Macquarie Sekuritas Indonesia	81	UBS Sekuritas Indonesia
18	Danasakti Sekuritas Indonesia	50	Mahastra Andalan Sekuritas	82	Universal Broker Indonesia Sekuritas
19	Danatama Makmur Sekuritas	51	KGI Sekuritas Inonesia	83	UOB Kay Hian Sekuritas
20	DBS Vickers Sekuritas Indonesia	52	Mashindo Artha Sekuritas	84	Valbury Sekuritas Indonesia
21	Dhanawibawa Sekuritas Indonesia	53	Maybank Sekuritas Indonesia	85	Verdhana Sekuritas Indonesia
22	Dwi Dana Sakti Sekuritas	54	Mega Capital Sekuritas	86	Victoria Sekuritas Indonesia
23	Eko Kapital Sekuritas	55	MNC Sekuritas	87	Sinarmas Sekuritas
24	Ekuator Swarna Sekuritas	56	Minna Padi Investama Sekuritas Tbk	88	Wanteg Sekuritas
25	Elit Sukses Sekuritas	57	NET Sekuritas	89	Sucor Sekuritas
26	Equity Sekuritas Indonesia	58	Mirrae Asset Sekuritas Indonesia	90	Trust Sekuritas
27	Erdhika Elit Sekuritas	59	Nilai Inti Sekuritas	91	Surya Fajar Sekuritas
28	Evergreen Sekuritas Indonesia	60	NH Korindo Sekuritas Indonesia	92	Waterfront Sekuritas Indonesia
29	FAC Sekuritas Indonesia	61	Nikko Sekuritas Indonesia	93	Yuanta Sekuritas Indonesia
30	Forte Global Sekuritas	62	Pacific 2000 Sekuritas	94	Yulie Sekuritas Indonesia Tbk
31	Harita Kencana Sekuritas	63	OCBC Sekuritas Indonesia		
32	Henan Putihrai Sekuritas	64	Pacific Sekuritas Indonesia		

Sumber : Bursa Efek Indonesia, 2022

Hal ini tentu akan menjadi persaingan yang ketat antar perusahaan sekuritas, oleh karena itu pemanfaatan *mobile application* yang dapat menjangkau pelanggan dimanapun berada harus dimaksimalkan oleh perusahaan sebaik mungkin agar dapat memenuhi keinginan pelanggan. Terlebih lagi menurut Bursa Efek Indonesia keseluruhan investor pasar modal jumlahnya telah mencapai 7,5 juta jiwa per Desember 2021. Keseluruhan jumlah tersebut meningkat 92,7 persen dari tahun 2020 yang jumlah investor hanya 3,88 juta jiwa, tentu hal ini menjadi potensi bagi setiap perusahaan sekuritas untuk mendapatkan nasabah lebih banyak lagi.

PT Phintraco Sekuritas merupakan salah satu perusahaan sekuritas serta anggota Bursa Efek Indonesia dan resmi beroperasi pada 1 Juli 1999, saat ini PT Phintraco sekuritas menyediakan serta menawarkan layanan jasa dalam bertransaksi saham yang tercatat pada pasar modal Indonesia. PT Phintraco Sekuritas dalam menunjukkan komitmen pengembangan bisnisnya, terus melakukan pembukaan kantor perwakilan cabangnya yang berada diberbagai daerah Indonesia. Pada tahun 2013, PT Phintraco Sekuritas terus memperlihatkan kemajuan bisnisnya dengan *launching* Profits Anywhere serta dengan Perguruan Tinggi di Indonesia melakukan kerjasama dalam pembukaan Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia. Hingga saat ini PT Phintraco Sekuritas mempunyai 25 kantor cabang serta berkerjasama dengan lebih dari 200 Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia baik pada perguruan tinggi dan lembaga lainnya yang berada di berbagai daerah, salah satunya yakni PT Phintraco Sekuritas Surabaya.

PT Phintraco Sekuritas memiliki *mobile application* Profits Anywhere yang ditawarkan untuk nasabahnya dalam bertransaksi saham di pasar modal dengan berbagai fitur menarik diantaranya *shares screening, shares comparison, shares pivot, sms alarm, full access on market info, informative, trading area buy or sell, order status*, dan portofolio. Saat ini *mobile application* dapat diunduh di *playstore* untuk *smartphone android*, dan di *ios* untuk *smartphone Iphone*.



Gambar 1.2 *Mobile application Profits Anywhere dan ulasan pengguna*
Sumber: *Google Playstore, 2022*

Saat ini dapat dilihat berdasarkan data dari *playstore mobile application* Profits Anywhere mendapat berbagai ulasan dengan total *rating* 3,2 dari 5. Tentu hal tersebut dapat mempengaruhi persepsi mengenai *mobile application* Profits Anywhere. Serta permasalahan yang juga ada adalah terdapat nasabah yang menggunakan *mobile application* lain milik kompetitor dalam bertransaksi saham pada pasar modal Indonesia.

Hal ini menunjukkan masih ada yang harus diperbaiki dalam memenuhi keinginan dan kepentingan nasabah PT Phintraco Sekuritas agar dapat menarik nasabah lebih banyak lagi dan mempertahankan nasabah agar menggunakan jasa perusahaan secara terus-menerus, akan hal tersebut maka

memaksimalkan pelayanan merupakan hal yang sangat perlu dilakukan, namun tentu bagi perusahaan jasa yang melayani banyak nasabah dengan jarak jauh yang berada diberbagai daerah, PT Phintraco Sekuritas tentu harus menggunakan serta memaksimalkan kualitas pelayanan elektronik atau yang biasanya disebut dengan *e-service quality*.

Menurut (Zeithaml, 2002) [2], “kualitas pelayanan elektronik adalah keefektifan serta keefisienan yang didapatkan pelanggan ketika layanan elektronik tersebut digunakan baik saat melaksanakan pembelian hingga selesai pada proses penerimaan barang”. Oleh karena itu *e-service quality* sangatlah penting dalam memenuhi harapan dan keinginan pelanggan, sehingga pelanggan akan melakukan penggunaan produk ataupun jasa perusahaan dengan berkelanjutan. Serta dengan menyajikan *e-service quality* yang baik, tentunya pelanggan dapat memberikan penilaian yang baik juga pada perusahaan, serta dapat membuat pelanggan merekomendasikan ke orang lain yang akan berdampak baik untuk perusahaan.

Dalam industri penyedia jasa layanan investasi pada pasar modal Indonesia, tentu hal yang penting diperhatikan adalah kepercayaan (*customer trust*). Akbar & Parvez (2009) [3] mendefinisikan “kepercayaan adalah suatu hal dimana sangat diperlukan untuk menjalin serta menjaga hubungan jangka panjang dimana kepercayaan hanya timbul ketika suatu pihak yang memiliki keyakinan akan pihak lain yang dapat dipercaya”. Menurut penjelasan tersebut, maka kepercayaan pada diri pelanggan sangatlah penting untuk perusahaan jasa yang berdampak pelanggan mempunyai keyakinan dalam

menjalin suatu hubungan berkelanjutan, dan dapat mempengaruhi dari loyalitas pelanggannya.

Kondisi persaingan yang ketat terutama dalam industri penyedia jasa *mobile application* layanan investasi dalam pasar modal, tentu hal yang harus mendapat perhatian dari perusahaan adalah *brand image* pada suatu jasa layanan ataupun produk. Dalam penggunaan produk atau jasa tentu akan dipengaruhi pola pikir suatu merek yang ada dalam masyarakat. Rangkuti (2004) [4] mengemukakan “citra merek adalah beberapa kumpulan dari asosiasi merek yang tercipta pada ingatan konsumen”. Citra merek tentu mempunyai hubungan dengan loyalitas pelanggan, ketika suatu produk ataupun jasa mempunyai citra merek yang baik tentu produk ataupun jasa tersebut tetap akan dipergunakan pelanggan.

Menurut Tjiptono (2000) [5] mendefinisikan “loyalitas merupakan komitmen yang ada pada diri pelanggan mengenai suatu merek, pemasok, ataupun toko menurut sikap yang dimiliki sangatlah positif serta terlihat terhadap pembelian ulang dengan konsisten” Pada arti luas loyalitas adalah kesetiaan pelanggan untuk suatu produk baik itu jasa ataupun barang. Loyalitas pelanggan sebagai kunci sukses dalam kelebihan pesaing tidak hanya jangka pendek, namun juga secara berkesinambungan.

Berdasarkan penjelasan latar belakang tersebut, sehingga judul pada penelitian ini ialah **“Pengaruh *E-Service Quality*, *Customer Trust*, Dan *Brand Image* Terhadap Loyalitas Pengguna *Mobile Application* Profits Anywhere (Studi Pada Nasabah Di PT Phintraco Sekuritas Surabaya)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Menurut uraian dari latar belakang yang sudah dijelaskan tersebut, sehingga perumusan masalah yang dapat diambil peneliti diantaranya :

1. Apakah *E-Service Quality* Berpengaruh Signifikan Terhadap Loyalitas Pengguna *Mobile Application Profits Anywhere*?
2. Apakah *Customer Trust* Berpengaruh Signifikan Terhadap Loyalitas Pengguna *Mobile Application Profits Anywhere*?
3. Apakah *Brand Image* Berpengaruh Signifikan Terhadap Loyalitas Pengguna *Mobile Application Profits Anywhere*?
4. Apakah *E-Service Quality*, *Customer Trust*, Dan *Brand Image* Berpengaruh Signifikan Terhadap Loyalitas Pengguna *Mobile Application Profits Anywhere*?

1.3 Tujuan Penelitian

Menurut uraian dari latar belakang serta perumusan masalah yang sudah ditetapkan tersebut, bahwasanya penelitian ini mempunyai tujuan diantaranya :

1. Untuk mengetahui pengaruh dari *E-Service Quality* Terhadap Loyalitas Pengguna *Mobile Application Profits Anywhere*.
2. Untuk mengetahui pengaruh dari *Customer Trust* Terhadap Loyalitas Pengguna *Mobile Application Profits Anywhere*.
3. Untuk mengetahui pengaruh dari *Brand Image* Terhadap Loyalitas Pengguna *Mobile Application Profits Anywhere*.

4. Untuk mengetahui pengaruh dari *E-Service Quality*, *Customer Trust*, dan *Brand Image* Terhadap Loyalitas Pengguna *Mobile Application Profits Anywhere*.

1.4 Manfaat Penelitian

Menurut tujuan pada penelitian ini besar harapan nantinya akan mampu memberikan banyak manfaat untuk berbagai *stakeholder* terkait, adapun diantaranya :

1.4.1 Manfaat Praktis

1.4.1.1 Bagi Penulis

Penelitian akan bisa memperluas pengetahuan serta akan menambah pengalaman mahasiswa yang diperoleh selama diperkuliahan mengenai bidang manajemen pemasaran, dan dapat mengaplikasikan teori yang selama ini dipelajari pada perkuliahan.

1.4.1.2 Bagi Pelaku Bisnis

Dengan dilakukannya penelitian ini diharapkan mampu menjadi bukti empiris untuk PT Phintraco Sekuritas Surabaya, terutama pada pengaruh *e-service quality*, *customer trust*, dan *brand image* terhadap *loyalitas pengguna mobile application profits anywhere*. Penelitian ini akan memberikan perusahaan saran mengenai *e-service quality*, *customer trust*, dan *brand image* tentunya untuk dapat mempertahankan serta meningkatkan loyalitas pada pengguna *mobile application profits anywhere*.

1.4.1.3 Bagi Pemerintah

Penelitian ini juga diharapkan akan membantu pemerintah mengambil suatu keputusan, dan membantu pemerintah memahami apa saja yg terjadi dimasyarakat, serta membantu pemerintah dalam melaksanakan kebijakan.

1.4.2 Manfaat Teoritis

Diharapkan pada penelitian ini akan bisa memberikan hasil yang nantinya dapat menjadi masukan, pandangan, dan wawasan. Serta hal ini bisa dijadikan sebagai acuan bagi pengembangan keilmuan manajemen pemasaran khususnya dalam variabel *e-service quality*, *customer trust*, *brand image* dan loyalitas.

1.5 Batasan Masalah

Dalam membantu peneliti untuk dapat fokus pada masalah yang akan diteliti maka dibutuhkan suatu batasan masalah, terdapat pula batasan masalah pada penelitian ini yakni hanya sebatas melakukan analisis dari pengaruh *e-service quality*, *customer trust*, dan *brand image* terhadap loyalitas pengguna *mobile application* Profits Anywhere pada nasabah PT Phintraco Sekuritas Surabaya.