

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian**

#### **1.1.1 Profil Perusahaan**

Pada tahun 1965 PT Bank Rakyat Parahyangan pertama kali dikenalkan ke publik. Lalu di tahun 1982, bank ini mengalami perubahan nama menjadi PT Bank Pasar Rakyat Parahyangan, dan kemudian pada tahun 1990, bank ini kembali berubah identitas menjadi PT Bank Royal Indonesia. Setelah beberapa dekade beroperasi, di tahun 2019, bank ini resmi diakuisisi oleh PT Bank Central Asia Tbk, menandai awal yang baru dalam perjalanan perusahaan. Setahun kemudian, pada tahun 2020, bank ini diperkenalkan kembali menjadi PT Bank Digital BCA, hadir sebagai bank digital dengan visi dan layanan baru yang disesuaikan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat (bcadigital.co.id , 2024).

Dengan berkembangnya teknologi dalam perbankan, Bank Central Asia (BCA) terus berinovasi dengan meluncurkan BCA Digital sebagai anak perusahaan yang difokuskan pada layanan perbankan digital. BCA Digital didirikan sebagai bank tanpa cabang yang tumbuh secara bertahap dalam ekonomi digital, bertujuan menyediakan platform perbankan serba guna untuk memenuhi berbagai kebutuhan modern (BCA Digital, 2021). Akhirnya, pada tanggal 2 Juli 2021, BCA Digital secara resmi diluncurkan melalui *platform* aplikasi perbankan digital yang dinamakan “blu,” sebagai cabang baru dari perusahaan BCA, yang siap memberikan pengalaman perbankan inovatif kepada masyarakat.

Aplikasi perbankan blu by BCA Digital dirancang untuk untuk melayani kebutuhan generasi muda yang akrab dengan teknologi dan kemudahan layanan yang berbasis digital. Aplikasi Blu ini memungkinkan nasabah untuk melakukan berbagai transaksi keuangan tanpa harus mengunjungi kantor cabang bank BCA. Blu by BCA Digital memiliki fitur sebagai berikut:

1. BluAccount: Yaitu pembukaan rekening secara online tanpa perlu mengunjungi kantor bank fisik. Pengguna hanya perlu mengunduh aplikasi, lalu mengisi data diri, dan melakukan verifikasi identitas dengan bantuan kamera gawai nasabah.
2. BluSaving: Yaitu Tabungan berjangka yang memungkinkan pengguna untuk menabung dengan target yang di atur oleh pengguna dan memiliki fitur untuk menyetero uang nasabah dengan otomatis ke dalam Tabungan.
3. BluGether: Yaitu fitur untuk menabung dengan Bersama, yang memungkinkan pengguna dapat menabung secara bersamaan dengan maksimal 49 nasabah lain.
4. BluDeposit: Yaitu fitur deposito berjangka yang menawarkan suku bunga yang kompetitif dan fleksibilitas dalam pengelolaan dana, nasabah dapat membuka fitur BluDeposit dengan minimal saldo 1 juta rupiah dan bisa memilih tenor dari 1 sampai 12 bulan sesuai kebutuhan.

#### **1.1.2 Visi Misi Perusahaan**

##### **1.1.2.1 Visi Perusahaan**

Menjadi bank digital pilihan utama masyarakat.

##### **1.1.2.2 Misi Perusahaan**

1. Memahami beragam kebutuhan nasabah dan memberikan layanan finansial yang tepat demi tercapainya kepuasan optimal bagi nasabah, dengan memanfaatkan teknologi tepat guna.
2. Memberikan nilai tambah bagi para pemangku kepentingan.

#### **1.1.3 Logo Perusahaan**



**Gambar 1.1 Logo BCA Digital**

**Sumber:** Website BCA Digital, diakses Oktober 2024



**Gambar 1.2 Logo blu by BCA Digital**

**Sumber:** Website Blu by BCA, diakses Oktober 2024

## **1.2 Latar Belakang Penelitian**

Kualitas layanan merupakan salah satu faktor kunci yang dapat mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan, terutama dalam konteks layanan elektronik (*e-service*) (Raza et al., 2020). Dalam industri yang semakin kompetitif, di mana pelanggan memiliki banyak pilihan, kualitas layanan yang baik dapat menjadi pembeda yang signifikan bagi suatu perusahaan. Dimensi kualitas layanan seperti keandalan, responsivitas, dan kemudahan penggunaan sangat berpengaruh terhadap persepsi pelanggan (Raza et al., 2020). Dalam konteks perbankan digital, di mana interaksi pelanggan terjadi secara *online*, kualitas layanan menjadi aspek yang semakin krusial. Penelitian oleh Djunaid (2023) menunjukkan bahwa kualitas layanan adalah aspek yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Djunaid, 2023).

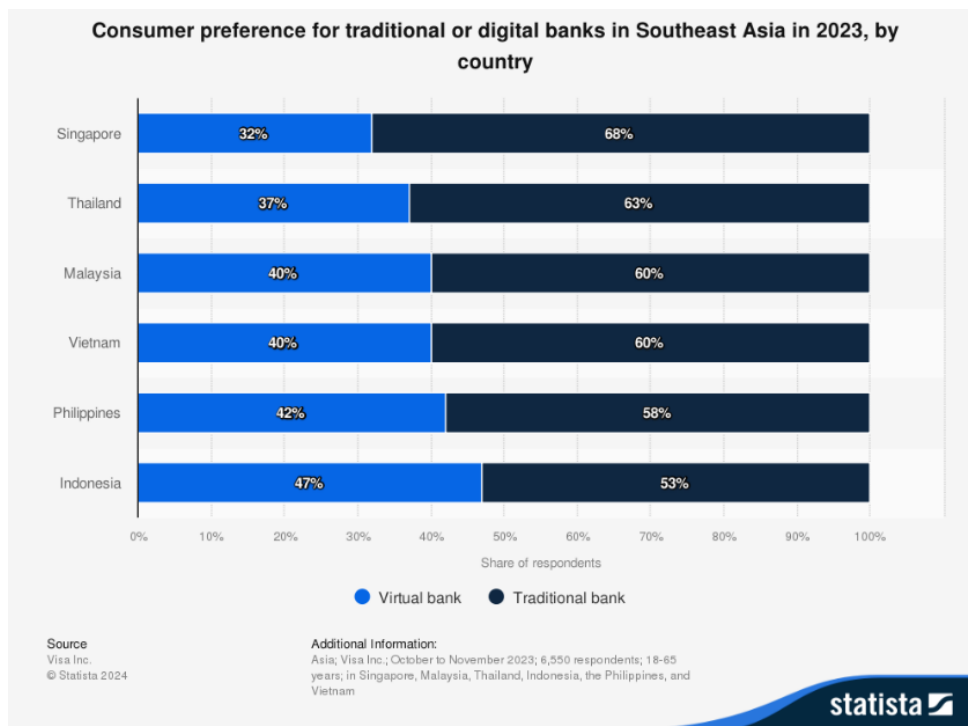
Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) telah memiliki peran yang semakin penting dalam sektor ekonomi, politik, dan masyarakat di era modern ini (Pokhrel et al., 2022). Hal ini memengaruhi semua sektor organisasi, terutama sektor perbankan. Sektor perbankan perlu menyesuaikan model bisnis mereka untuk memenuhi tantangan perkembangan teknologi dan keterampilan digital pelanggan yang semakin mahir (A. Chatterjee, 2020). Hal ini menuntut perbankan untuk mengubah atau menambah model bisnisnya agar tidak hanya berfokus pada layanan tradisional, tetapi juga memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan kinerja, menjangkau lebih banyak pelanggan, dan memberikan layanan yang lebih baik (Bakri et al., 2024).

Menurut penelitian oleh Bakri et al (2024) transformasi digital di industri perbankan menciptakan banyak peluang untuk meningkatkan efisiensi dan

kepuasan pelanggan. Dengan menerapkan layanan yang berbasis digital, bank dapat menyediakan layanan yang lebih cepat. Layanan ini juga membuat lebih mudah diakses dan lebih transparan, dan dapat membantu memenuhi ekspektasi pelanggan terhadap layanan elektronik (*e-service*) yang nyaman dan andal. Kemampuan bank dalam menyediakan layanan digital yang mudah digunakan dan responsif dapat meningkatkan pengalaman pelanggan secara keseluruhan. Hal ini penting karena dalam layanan perbankan digital, pelanggan umumnya mengandalkan aspek keandalan, responsivitas, dan kemudahan penggunaan untuk menilai kualitas suatu layanan (Pristiyono et al., 2022).

Di era digital, kualitas layanan tidak hanya tentang menyediakan layanan yang baik, tetapi juga memenuhi harapan pelanggan terhadap kecepatan, kemudahan akses, dan keamanan. Hasil penelitian oleh Jaiwani et al (2022) menunjukkan adanya hubungan positif yang kuat antara kualitas layanan dan kepuasan pelanggan, yang dapat diartikan bahwa peningkatan dimensi-dimensi ini dapat secara signifikan meningkatkan loyalitas dan kepuasan pelanggan dalam perbankan elektronik (Jaiwani et al., 2022). Pada layanan perbankan digital, setiap aspek layanan yang diberikan melalui platform *online* harus mampu memberikan rasa aman dan nyaman bagi pelanggan. Pelanggan yang merasa puas dengan layanan digital yang mereka terima cenderung untuk tetap menggunakan layanan tersebut dan bahkan merekomendasikannya kepada orang lain (Shin, 2021). Dengan demikian, kualitas layanan yang tinggi tidak hanya meningkatkan loyalitas pelanggan tetapi juga mendorong rekomendasi dari mulut ke mulut, yang sangat efektif dalam pemasaran modern.

Dalam beberapa tahun terakhir ini, Indonesia telah menyaksikan pertumbuhan yang pesat dalam penggunaan aplikasi perbankan digital. Menurut data yang di olah oleh statista pada tahun 2023, bank digital di Indonesia telah mengalami peningkatan yang signifikan, 47% responden di Indonesia memilih layanan bank digital dibandingkan dengan bank tradisional (Statista, 2024).



**Gambar 1.3 Statistik Preferensi Konsumen Terhadap Bank Tradisional dan Bank Digital di Asia Tenggara**

**Sumber:** Statista (2024)

Grafik tersebut menunjukkan preferensi konsumen terhadap bank tradisional dan bank digital di Asia Tenggara pada tahun 2023. Dapat dilihat bahwa 47% responden di Indonesia lebih memilih bank digital, meskipun 53% lainnya masih lebih besar memilih bank tradisional. Namun berhubungan dengan barunya transformasi perbankan digital yang di adopsi pada awal tahun 2010-an (Yuspin et al., 2023) data ini mencerminkan tren yang cukup kuat untuk perbankan mengadopsi layanan perbankan yang berbasis digital. Preferensi masyarakat yang beralih ke perbankan digital akan terus tumbuh, terutama di kalangan generasi muda. Survei Populix yang berjudul “Studi Analisis Ekosistem dan Persepsi terhadap Bank Digital di Indonesia” pada tahun 2024 menunjukkan bahwa pertumbuhan perbankan digital ini didorong oleh faktor-faktor keamanan data dan transaksi (31%), fleksibilitas akses aplikasi (12%), fitur aplikasi yang lengkap (12%), integrasi dengan layanan keuangan lain (11%), serta promo khusus (10%) yang sangat diminati oleh pengguna (Detik Finance, 2024). Selain itu, laporan dari

Asosiasi Fintech Indonesia mencatat bahwa terdapat lebih dari 30 bank digital yang beroperasi di Indonesia pada tahun 2023, dengan total pengguna mencapai 15 juta orang. Pertumbuhan ini didorong oleh meningkatnya penetrasi internet dan penggunaan smartphone di kalangan masyarakat, serta kebutuhan akan layanan perbankan yang lebih fleksibel dan efisien (Bakri et al., 2024).

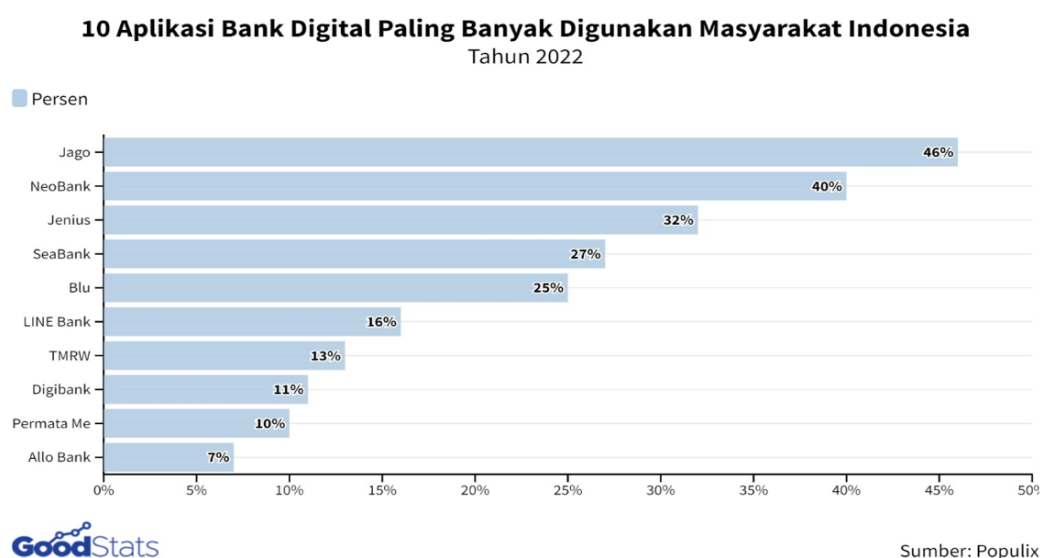
Bank digital juga menawarkan berbagai produk dan layanan yang menarik bagi nasabah, seperti bunga yang lebih kompetitif, biaya administrasi yang rendah, dan kemudahan dalam pengelolaan keuangan (amarbank.co.id, 2024). Hal ini membuat bank digital semakin diminati, terutama oleh generasi muda yang lebih melek teknologi. Namun, tantangan seperti keamanan data dan kepercayaan nasabah tetap menjadi isu yang harus dihadapi oleh bank digital (Andrian et al., 2022). Oleh karena itu, penting bagi bank digital untuk terus meningkatkan kualitas layanan dan memberikan pengalaman pengguna yang memuaskan. Maka dengan itu pentingnya strategi layanan digital bagi bank di Indonesia untuk beradaptasi dengan tren perilaku konsumen yang semakin cenderung memilih keamanan dan kemudahan yang ditawarkan oleh layanan perbankan digital.

Transformasi digital ini tidak hanya mengubah cara bank beroperasi tetapi juga mengubah secara fundamental bagaimana nasabah berinteraksi dengan layanan keuangan. Di Indonesia, di tengah pesatnya perkembangan teknologi, perbankan mulai berinvestasi besar-besaran dalam Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) untuk meningkatkan efisiensi dan aksesibilitas layanan mereka (Darmawan et al., 2022). Dalam konteks ini, penting untuk memahami bagaimana perubahan ini memengaruhi pengalaman nasabah dan bagaimana bank dapat beradaptasi untuk tetap relevan di pasar yang semakin kompetitif (Pristiyono et al., 2022).

Salah satu aspek utama dari transformasi digital adalah pengembangan layanan perbankan yang lebih responsif dan *user-friendly* (ARTEMIEVA & ZALIUBOVSKA, 2023). Misalnya, banyak bank di Indonesia yang telah meluncurkan aplikasi *mobile banking* yang tidak hanya memungkinkan nasabah untuk melakukan transaksi dasar seperti transfer uang dan pembayaran tagihan tetapi juga menawarkan fitur-fitur tambahan seperti manajemen anggaran, investasi, dan

analisis pengeluaran. Dengan adanya fitur ini, nasabah dapat dengan mudah memantau dan mengelola keuangan mereka secara *real-time*, yang sebelumnya mungkin memerlukan kunjungan fisik ke bank atau penggunaan layanan *internet banking* yang tidak *user-friendly*. Hal ini menunjukkan bahwa bank tidak hanya berfokus pada efisiensi operasional tetapi juga pada peningkatan pengalaman pengguna (Satrio Ronggo Buwono et al., 2022) Transformasi digital ini terbukti mampu meningkatkan efisiensi dan memberikan manfaat besar bagi sektor perbankan Indonesia melalui aplikasi yang lebih mudah diakses dan fungsional bagi nasabah (Kurniawan et al., 2021).

Perkembangan perbankan digital di Indonesia telah menghadirkan beberapa aplikasi yang menawarkan layanan inovatif dan kompetitif.



**Gambar 1.4: Survei Populix 10 Aplikasi Bank Digital Yang Paling Banyak Digunakan Oleh Masyarakat Indonesia**

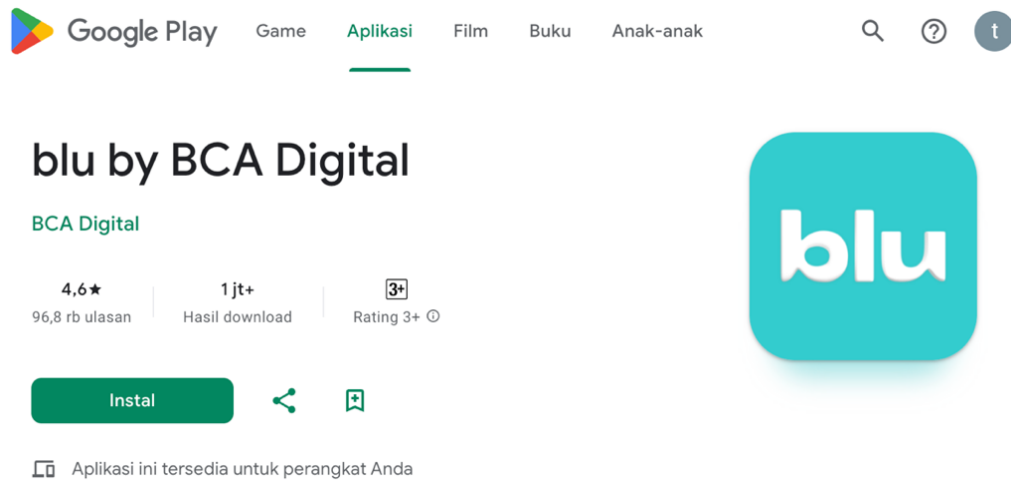
*Sumber:* Goodstats (2022)

Pada tahun 2022 menurut survei yang dilakukan populix, Bank Jago menempati posisi sebagai aplikasi bank digital paling populer di Indonesia, dengan 46%, NeoBank berada di posisi kedua dengan tingkat penggunaan sebesar 40%, Sementara itu, Jenius, yang dikenal sebagai salah satu pionir layanan perbankan digital di Indonesia, berada di peringkat ketiga dengan 32% pengguna. Selanjutnya, SeaBank dan Blu bersaing di posisi keempat dan kelima dengan masing-masing

memperoleh 27% dan 25% pengguna. Di posisi tengah, LINE Bank dan TMRW memiliki persentase pengguna masing-masing sebesar 16% dan 13. Di sisi lain, aplikasi seperti Digibank, Permata Me, dan Allo Bank berada di peringkat terbawah dengan tingkat penggunaan masing-masing sebesar 11%, 10%, dan 7%. Dari data tersebut menunjukkan bahwa persaingan industri perbankan digital di Indonesia terlihat semakin ketat, dengan beberapa aplikasi unggulan mendominasi pasar, sementara yang lainnya terus berupaya memperluas pengguna mereka. Kondisi ini mendorong inovasi berkelanjutan di antara para perusahaan di industri ini untuk tetap sesuai dengan perkembangan masyarakat digital dan kompetitif. Maka dengan itu perbankan digital harus menyediakan kualitas layanan yang berkualitas tinggi untuk mendapatkan keunggulan dalam persaingan ini (Raza et al., 2020).

Meskipun Blu by BCA Digital hanya berada di urutan kelima dalam survei Populix mengenai 10 aplikasi bank digital yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia, induk perusahaan dari Blu yaitu bank BCA tetap menjadi bank swasta terbesar di Indonesia. Bank Central Asia (BCA) menjadi salah satu bank swasta terbesar di Indonesia yang memainkan peran penting dalam sektor keuangan.

Dengan berkembangnya teknologi digital, bank BCA telah bertransformasi melalui berbagai inovasi layanan, seperti *mobile banking* dan *internet banking*, untuk memberikan kenyamanan dan kemudahan kepada pelanggan. Namun, seiring dengan meningkatnya adopsi teknologi perbankan digital, BCA meluncurkan aplikasi perbankan digital nya yaitu Blu by BCA Digital. Aplikasi Blu BCA, yang diluncurkan oleh PT BCA Digital pada tahun 2021, menjadi salah satu contoh nyata dari inovasi dalam layanan perbankan digital di Indonesia. Bank BCA meluncurkan aplikasi Blu sebagai bagian dari strategi digitalisasi mereka (Husada & Edhy Aruman, 2024). Aplikasi ini dirancang untuk memenuhi kebutuhan generasi muda yang lebih paham akan teknologi dan mencari kemudahan dalam melakukan transaksi perbankan secara online (BCA Digital, 2021).



**Gambar 1.5 Aplikasi blu by BCA Digital di Google Playstore**

**Sumber:** Google Playstore (2024)

Sejak diluncurkan nya aplikasi Blu by BCA Digital telah mendapatkan respon positif dari masyarakat, dengan lebih dari 1 juta unduhan di Google Play Store dan 96,8 ribu ulasan pengguna. Menurut data yang dirilis oleh [pressrelease.kontan.co.id](https://pressrelease.kontan.co.id) (2024), pengguna aplikasi Blu meningkat hingga 53,4% dalam satu tahun terakhir, menunjukkan kepercayaan masyarakat terhadap layanan digital yang ditawarkan oleh BCA. Menilai aplikasi mobile melalui ulasan pengguna dapat menjadi panduan penting dalam pengambilan keputusan bisnis, terutama dalam mengembangkan kualitas layanan. Dengan memanfaatkan analisis pendapat pengguna terhadap produk atau layanan yang mereka gunakan, perusahaan dapat memahami kebutuhan dan preferensi pengguna (Han & Moghaddam, 2021). Selain itu, kombinasi analisis sentimen dan pemodelan topik memungkinkan perusahaan untuk memahami apa yang dirasakan pengguna dan menemukan topik yang sering menjadi isu di platform terkait. Informasi ini bisa digunakan untuk menyusun strategi perbaikan produk atau layanan tertentu yang lebih sesuai dengan kebutuhan pelanggan (Garini et al., 2023).

Dalam konteks aplikasi perbankan digital, kualitas layanan elektronik (*e-service quality*) dapat menentukan kepuasan dan loyalitas nasabah, lalu *The Internet Banking Customer Satifaction Index* (IBCSI) adalah indeks baru yang diusulkan untuk industri perbankan guna mengukur kepuasan pelanggan dalam layanan e-

banking (Raza et al., 2020). Model *e-SERVQUAL* yang dimodifikasi oleh Raza et al (2020) menyoroti dimensi-dimensi dari *site Organization*, *Reliability*, *Responsiveness*, *User Friendliness*, *Personal Need*, dan *Efficiency* sebagai penentu utama kepuasan nasabah dalam layanan perbankan digital. Model tersebut dapat dijadikan landasan aspek untuk menilai kualitas layanan aplikasi Blu by BCA Digital yang merupakan hasil dari inovasi perbankan digital yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan nasabah modern. Aplikasi Blu by BCA Digital dari segi *Site Organization*, aplikasi ini memiliki tata letak yang intuitif dan modern, memungkinkan pengguna dengan mudah mengakses fitur seperti bluAccount, bluSaving, dan bluDeposit, yang dirancang untuk mempermudah navigasi pengguna (Irfan.id, 2021). Lalu aspek dari *reliability* aplikasi ini juga didukung oleh ekosistem BCA yang solid, menawarkan layanan perbankan yang stabil dan terpercaya, seperti transfer dana, pembayaran tagihan, hingga integrasi dengan jaringan ATM BCA yang luas (Orangkamar.com, 2023).

Dalam aspek *Responsiveness*, blu by BCA Digital menyediakan layanan pelanggan yang responsif melalui fitur haloblu serta proses pembukaan rekening yang cepat dengan verifikasi video call, memberikan pengalaman yang efisien bagi pengguna (Adrianadian.com, 2021). Lalu untuk kemudahan penggunaan atau *User Friendliness* menjadi keunggulan lain, dengan desain antarmuka yang sederhana dan ramah bagi semua kalangan pengguna, bahkan yang tidak terlalu familiar dengan teknologi. Fitur seperti bluSaving memberikan fleksibilitas dalam menamai tabungan sesuai tujuan, memudahkan pengelolaan keuangan pribadi (Adrianadian, 2021). Dalam hal *Personal Need*, aplikasi ini menawarkan layanan yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan spesifik pengguna, seperti bluGether untuk tabungan bersama dan bluDeposit untuk deposito berjangka dengan bunga kompetitif, sehingga mendukung berbagai preferensi finansial (Irfan.id, 2021). Terakhir, aspek *efficiency* tercermin dari kemudahan pembukaan rekening secara online tanpa perlu kunjungan ke cabang, transaksi yang dapat dilakukan 24/7, serta fitur QRIS untuk pembayaran cepat. Selain itu, aplikasi ini juga menawarkan gratis biaya administrasi bulanan dan kuota transfer, menjadikannya pilihan hemat dan praktis bagi pengguna (Evotekno.com, 2022) . Dengan keunggulan dalam keenam

dimensi ini, blu by BCA Digital berhasil menciptakan pengalaman perbankan digital yang responsif, efisien, dan dapat memenuhi kebutuhan pengguna modern. Namun masih ada pengguna blu by BCA yang melaporkan aplikasi ini masih memiliki keluhan seperti aplikasi tidak bisa dibuka, transaksi tertunda, dan fitur yang kurang memadai dibanding pesaing lainnya yang memengaruhi kepuasan pengguna. Kondisi tersebut menunjukkan perlunya perbaikan pada kualitas layanan elektronik (mediakonsumen.com). Makadengan itu, hal ini harus diukur dengan metode ilmiah dan besertakan data dan bukti valid untuk menentukan kepuasan pengguna, apakah kualitas layanan yang sudah diberikan memuaskan pengguna atau tidak.

Dalam penelitian ini, aplikasi Blu BCA menjadi variabel untuk dianalisis kualitas layanan yang diberikan melalui metode teks klasifikasi dan topic modeling. Dengan memahami bagaimana pengguna merasakan layanan yang ditawarkan, bank dapat melakukan perbaikan yang diperlukan untuk meningkatkan pengalaman pengguna dan kepuasan pelanggan (Andrian et al., 2022). Transformasi ini tidak hanya berfokus pada penyediaan layanan perbankan tetapi juga pada peningkatan pengalaman pengguna. BCA berinvestasi dalam teknologi canggih untuk memastikan bahwa aplikasi Blu dapat memberikan layanan yang cepat dan aman. Namun, untuk mempertahankan pertumbuhan ini, BCA harus terus berinovasi dan meningkatkan kualitas layanan yang ditawarkan.

Meskipun potensi besar ada dalam pengembangan aplikasi perbankan digital seperti Blu BCA, tantangan untuk menjaga kualitas, dan meningkatkan layanan tetap ada. Pengguna sering kali memiliki ekspektasi tinggi terhadap kecepatan, keamanan, dan kemudahan penggunaan aplikasi. Ketidakpuasan yang muncul akibat pengalaman negatif dapat berdampak buruk pada reputasi bank dan mengurangi loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, penting bagi bank untuk terus memantau dan menganalisis umpan balik dari pengguna. Dengan menggunakan pendekatan analisis sentimen dan pemodelan topik, bank dapat mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki dan mengoptimalkan layanan mereka agar lebih sesuai dengan kebutuhan pengguna (Andrian et al., 2022).

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan yang lebih dalam tentang kualitas layanan aplikasi Blu BCA melalui analisis ulasan pengguna yang menggunakan *smartphone* android. Dengan memanfaatkan data besar dari platform Google Play Store, penelitian ini akan mengidentifikasi tema utama, serta faktor utama dari pengalaman pengguna yang memengaruhi persepsi mereka terhadap kualitas layanan. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan bagi pengembang aplikasi dalam merancang strategi perbaikan layanan, serta bagi akademisi dan peneliti lain yang tertarik dalam bidang *e-service quality* di sektor perbankan. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya relevan bagi pengembangan aplikasi Blu BCA tetapi juga bagi industri perbankan digital secara keseluruhan di Indonesia.

### 1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan data yang ditampilkan Google Playstore, aplikasi Blu by BCA Digital telah diunduh lebih dari 1 juta kali dengan sekitar 109 ribu ulasan per 26 Juni 2025 dengan rating 4,5/5 dari pengguna aktif yang memiliki tanggapan positif dan negatif. Banyaknya jumlah ulasan ini dapat menunjukkan pentingnya pemahaman terhadap kualitas layanan. Berdasarkan dimensi kualitas layanan yang dikembangkan oleh Raza et al., (2024) yang terdiri dari *site Organization*, *Reliability*, *Responsiveness*, *User Friendliness*, *Personal Need*, dan *Efficiency*, penelitian ini akan menggunakan dimensi-dimensi tersebut sebagai acuan untuk menentukan kualitas layanan aplikasi Blu by BCA Digital, serta sentimen pengguna serta faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan mereka.

Analisis sentimen adalah teknik yang menggunakan pemrosesan bahasa alami (NLP) dan berbasis kecerdasan buatan (AI) untuk mengidentifikasi dan mengukur emosi, sikap, serta opini yang diungkapkan dalam ulasan pengguna (Gupta & Kamthania, 2021). Lalu *topic modeling* juga digunakan juga untuk menganalisis dan menemukan topik-topik yang tersembunyi dan berkaitan dengan dimensi e-servqual yang dimodifikasi oleh Raza et al., (2024) di kumpulan teks pada sebuah data, dan dapat mengidentifikasi sebuah hubungan antar kata (Grootendorst, 2022). Berdasarkan pendekatan ini, penelitian ini bertujuan untuk

menganalisis kualitas layanan aplikasi Blu by BCA Digital untuk memberikan wawasan yang dapat digunakan perusahaan dalam meningkatkan kualitas layanan untuk membangun loyalitas pengguna, dan beradaptasi dengan kebutuhan pasar di tengah kompetisi digital yang semakin ketat.

Berdasarkan uraian latar belakang dan perumusan masalah, maka pertanyaan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Seberapa besar proporsi ulasan positif dan negatif pada ulasan pengguna aplikasi blu by BCA Digital di Google Playstore?
2. Dimensi *e-service quality* Blu by BCA Digital apa yang paling banyak di ulas oleh pengguna di Goole Playstore?
3. Seberapa besar proporsi ulasan positif dan negatif untuk masing-masing dimensi *e-service quality* aplikasi Blu by BCA Digital oleh pengguna di Google Playstore?
4. Apa saja topik utama pada ulasan paling positif dan paling negatif yang membahas dimensi *e-service quality* pada aplikasi Blu by BCA Digital oleh pengguna Google Playstore?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berikut adalah tujuan penelitian berdasarkan perumusan masalah di atas:

1. Untuk mengetahui proporsi ulasan positif dan negatif pada ulasan pengguna aplikasi Blu by BCA Digital di Google Playstore.
2. Untuk mengidentifikasi dimensi *e-service quality* Blu by BCA Digital yang paling banyak diulas oleh pengguna di Google Playsore.
3. Mengidentifikasi dimensi Electronic Service Quality yang paling terpengaruh berdasarkan sentimen paling positif dan paling negatif dari ulasan pengguna aplikasi blu by BCA Digital di Google Play Store.
4. Untuk mengidentifikasi topik utama pada ulasan paling positif dan paling negatif yang terkait dengan dimensi *e-service quality* aplikasi Blu by BCA Digital di Google Play Store.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik dari segi teoritis maupun dari segi praktis.

### **1.5.1 Aspek Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur mengenai kualitas layanan dalam sektor perbankan digital, khususnya dalam konteks aplikasi perbankan di Indonesia. Penelitian ini juga berkontribusi pada pengembangan metode *sentiment analysis* berbasis BERT dalam memahami persepsi pengguna terhadap layanan perbankan digital, sehingga dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

### **1.5.2 Aspek Praktis**

Hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan bagi Blu by BCA Digital mengenai aspek layanan yang dianggap penting oleh pengguna, serta fitur-fitur yang perlu diperbaiki. Dengan demikian, perusahaan dapat menyusun strategi peningkatan layanan yang lebih tepat sasaran untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah.

## **1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir**

Gambaran dalam proses materi pada penelitian mengenai penulisan skripsi yang akan dibuat peneliti, maka dari itu peneliti membuat susunan mengenai tahap penjelasan penelitian ini.

### **a. BAB I. PENDAHULUAN**

Pada ini menjelaskan mengenai gambaran umum objek penelitian, latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian dan kegunaan penelitian serta sistematika penulisan tugas akhir.

### **b. BAB II. TINJAUAN LITELATUR**

Pada ini menjelaskan mengenai landasan teori serta teori lain yang dipergunakan sebagai dasar yang berkaitan dengan masalah yang akan dibahas pada penelitian terdahulu, dan kerangka penelitian.

### **c. BAB III. METODOLOGI PENELITIAN**

Pada ini menjelaskan mengenai jenis penelitian, metode penelitian dan teknik yang dipergunakan dalam mengumpulkan maupun menganalisis data.

**d. BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini menjelaskan tentang hasil penelitian dan pembahasan secara sistematis sesuai dengan perumusan masalah dan tujuan penelitian terkait *e-servqual* terhadap kualitas layanan sebagai mediasi.

**e. BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini menjelaskan tentang kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan serta saran-saran yang dapat dijadikan acuan sebagai pertimbangan bagi perusahaan di masa mendatang.