

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Kualitas Layanan

Kualitas merupakan faktor penting yang harus dimiliki oleh penyedia layanan agar mampu bertahan dalam persaingan yang semakin ketat. Kualitas dipandang sebagai kesesuaian terhadap spesifikasi dan harapan pelanggan, di mana pelangganlah yang menentukan kualitas berdasarkan pengalaman mereka (Wijaya, 2011, dalam Sulistiyowati, 2018: 14). Definisi kualitas juga dikemukakan oleh Crosby dalam Nasution (2004, dikutip oleh Sulistiyowati, 2018) sebagai kesesuaian terhadap persyaratan yang telah ditetapkan, sementara Feigenbaum (dalam Kolarik, 2005: 5, Sulistiyowati, 2018: 14) menjelaskan kualitas sebagai gabungan total dari suatu produk dan jasa yang mencakup karakteristik pemasaran, teknik, produksi, dan perawatan untuk memenuhi harapan konsumen. Sementara itu, kualitas layanan dipahami sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan ketepatan penyampaian agar sesuai dengan ekspektasi nasabah. Berry, Zeithaml, dan Parasuraman (1990, dikutip oleh Sulistiyowati, 2018: 24), menyatakan bahwa kualitas layanan adalah perbandingan antara apa yang diharapkan pelanggan dan apa yang mereka rasakan setelah mendapatkan layanan.

2.1.1.1 Digital Service Quality (Kualitas Layanan Digital)

Kualitas layanan digital atau *digital service quality* merupakan adaptasi model *servqual* yang digunakan untuk mengukur kualitas layanan secara umum.

Namun, *digital service quality* secara khusus digunakan untuk mengukur dan mengevaluasi kualitas layanan yang diberikan melalui platform elektronik, seperti situs web, aplikasi *mobile*, dan sistem online lainnya. Dalam konteks *mobile banking*, *digital service quality* digunakan untuk memahami sejauh mana aplikasi atau platform *mobile banking* mampu memenuhi harapan, kebutuhan, dan persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan yang mereka terima.

Secara lebih mendalam, *digital service quality* dapat didefinisikan sebagai evaluasi menyeluruh dan penilaian subjektif pelanggan terhadap kualitas layanan yang mereka peroleh saat berinteraksi dengan penyedia layanan melalui saluran elektronik (Zeithaml et al., 2002). Evaluasi ini mencakup berbagai dimensi yang mencerminkan pengalaman pelanggan, mulai dari kemudahan penggunaan dan efisiensi, hingga keandalan, keamanan, dan responsivitas layanan. Dalam esensinya, *digital service quality* berfokus pada seberapa baik layanan elektronik dapat memberikan nilai dan memenuhi kebutuhan pelanggan dengan cara yang efektif dan memuaskan.

Digital service quality tidak hanya berfokus pada aspek teknis dari layanan elektronik, tetapi juga mencakup elemen-elemen yang berkaitan dengan interaksi manusia, seperti dukungan pelanggan dan komunikasi (Parasuraman et al., 2005). Meskipun layanan disampaikan melalui media elektronik, pengalaman pelanggan tetap dipengaruhi oleh faktor-faktor yang lebih luas, termasuk persepsi tentang keramahan, kompetensi, dan empati dari penyedia layanan.

Dalam konteks *mobile banking*, *digital service quality* menjadi sangat penting karena aplikasi *mobile* seringkali menjadi titik kontak utama antara bank

dan pelanggan. Kualitas layanan yang buruk dalam aplikasi *mobile* dapat menyebabkan ketidakpuasan pelanggan, penurunan loyalitas, dan bahkan beralih ke penyedia layanan lain. Oleh karena itu, bank perlu secara proaktif mengelola dan meningkatkan kualitas layanan digital untuk memastikan bahwa mereka memberikan pengalaman yang positif dan memuaskan bagi pelanggan mereka.

2.1.1.2 Dimensi Digital Service Quality

Zeithaml et al. (2002: 366) merumuskan 7 dimensi *e-servqual* dimana, empat dimensi pertama merupakan skala inti *e-servqual* yang mencerminkan kualitas layanan utama, sedangkan 3 dimensi terakhir ikut berperan hanya ketika konsumen memiliki pertanyaan atau memiliki masalah. Berikut adalah penjelasan dari masing-masing dimensi:

1. Efisiensi (*Efficiency*)

Kemudahan dan kecepatan pengguna dalam mengakses serta menggunakan layanan elektronik. Aplikasi yang efisien memungkinkan pengguna menyelesaikan transaksi dengan cepat dan mudah, tanpa perlu banyak waktu atau langkah yang rumit.

2. *Fulfillment* (Pemenuhan)

Kemampuan aplikasi dalam memenuhi kebutuhan konsumen, seperti ketepatan transaksi, keakuratan informasi, dan kelengkapan fitur sesuai kebutuhan pengguna.

3. *Reliability* (Keandalan)

Keandalan seluruh fitur layanan digital. Layanan dikatakan andal jika jarang mengalami *error*, *downtime*, atau kesalahan sistem.

4. Privasi (*Privacy*)

Perlindungan terhadap data pribadi dan informasi finansial pengguna.

Dimensi ini sangat penting dalam layanan digital karena menyangkut kepercayaan terhadap keamanan sistem.

5. *Responsiveness* (Ketanggapan)

Kemampuan penyedia layanan digital untuk merespon keluhan dan permintaan konsumen secara cepat.

6. Kompensasi (*Compensation*)

Kemampuan aplikasi atau penyedia layanan dalam memberikan solusi atau ganti rugi atas masalah yang dialami pengguna, seperti gangguan layanan atau kesalahan transaksi.

7. Kontak (*Contact*)

Kemudahan pengguna dalam menghubungi pihak penyedia layanan jika memerlukan bantuan secara langsung. Meskipun layanan digital bersifat mandiri, keberadaan dukungan kontak tetap penting.

2.1.2 Kepuasan Nasabah

2.1.2.1 Definisi Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah merupakan konsep penting dalam dunia bisnis, terutama dalam industri perbankan yang semakin kompetitif. Kepuasan nasabah dapat diartikan sebagai perasaan senang atau kecewa yang dirasakan nasabah setelah membandingkan harapan sebelum menerima layanan dengan persepsi atas kinerja layanan yang diterima.

Menurut Kotler dalam Rifa'i (2023: 50), kepuasan nasabah adalah tingkat kepuasan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Jika kinerja layanan dibawah harapan, maka nasabah tidak puas. Jika kinerja sesuai harapan, maka nasabah puas. Oliver, Rust dan Varki dalam Rifa'i (2023: 51), menyebutkan bahwa konsumen akan menjadi tidak puas jika produk atau jasa hanya memberikan kebutuhan dasar, terlebih jika produk atau jasa itu tidak begitu menarik.

Menurut Ekinci et al. (2008) dalam Rifa'i (2023: 51), terdapat dua formulasi umumtentang kepuasan yaitu pertama, kepuasan yang dirasakan hanya pada transaksi tertentu (*transaction-specific satisfaction*), dan kedua, kepuasan yang dirasakan secara keseluruhan atau secara kumulatif (*cumulative satisfaction*). Sementara itu, kepuasan merupakan hasil evaluasi dari peristiwa dan perilaku yang terjadi selama adanya hubungan antara nasabah dan penyedia jasa. Selanjutnya menurut Danaher dan Mattson (1994) dalam Rifa'i (2023: 51), kepuasan diukur dari pelayanan yang diperoleh pada setiap transaksi. Di sisi lain, kepuasan secara keseluruhan dipandang sebagai fungsi dari kepuasan yang diperoleh dari beberapa pelayanan ketika merasakan kinerja.

Dalam konteks layanan *mobile banking*, kepuasan nasabah dapat diartikan sebagai evaluasi nasabah terhadap pengalaman mereka menggunakan aplikasi Wondr by BNI dalam memenuhi kebutuhan transaksi perbankan mereka. Evaluasi ini mencakup berbagai aspek, mulai dari kemudahan penggunaan aplikasi, kecepatan transaksi, keamanan data, hingga ketersediaan fitur-fitur yang relevan dengan kebutuhan mereka. Nasabah yang merasa bahwa aplikasi Wondr by BNI

memberikan pengalaman yang positif dan sesuai dengan harapan mereka akan cenderung merasa puas dan terus menggunakan layanan tersebut. Dalam era digital, kemudahan akses menjadi semakin penting karena nasabah mengharapkan layanan yang dapat diakses kapan saja dan dimana saja melalui perangkat *mobile* mereka. Aplikasi Wondr by BNI, sebagai layanan *mobile banking*, diharapkan dapat memberikan kemudahan akses ini sehingga meningkatkan kepuasan nasabah.

Kepuasan nasabah yang tinggi berpotensi mendorong nasabah untuk melakukan transaksi ulang, loyal terhadap perusahaan, serta merekomendasikan layanan kepada orang lain. Namun, perusahaan juga perlu menganalisis dan memprioritaskan nasabah yang memberikan nilai lebih, karena tidak semua nasabah memiliki nilai yang sama bagi perusahaan.

2.1.2.2 Dimensi Kepuasan Nasabah

Model *Expectation Disconfirmation Theory* (EDT) yang dikembangkan oleh Oliver (1980) merupakan salah satu teori utama yang digunakan untuk menjelaskan proses terbentuknya kepuasan nasabah, khususnya dalam konteks layanan jasa dan produk. Teori ini menekankan bahwa kepuasan nasabah tidak hanya dipengaruhi oleh kinerja aktual layanan yang diterima, tetapi juga sangat bergantung pada perbandingan antara harapan awal nasabah sebelum menggunakan layanan dengan persepsi mereka terhadap kinerja aktual setelah penggunaan layanan tersebut. Dengan kata lain, nasabah akan melakukan evaluasi kognitif dengan membandingkan ekspektasi sebelum konsumsi dengan pengalaman nyata yang diperoleh setelah dikonsumsi.

Jika kinerja layanan yang dirasakan melebihi harapan, maka akan terjadi diskonfirmasi positif yang menghasilkan kepuasan. Sebaliknya, jika kinerja layanan di bawah harapan, maka akan terjadi diskonfirmasi negatif yang menyebabkan ketidakpuasan. Proses evaluasi ini menjadi inti dalam pembentukan kepuasan nasabah dan dapat mempengaruhi perilaku selanjutnya, seperti loyalitas dan rekomendasi terhadap layanan.

Berdasarkan *Expectation Disconfirmation Theory* menurut Oliver (1980), terdapat beberapa dimensi utama dalam kepuasan nasabah, yaitu:

1. Harapan (*Expectations*)

Harapan merupakan standar awal atau tolak ukur yang dimiliki nasabah sebelum menggunakan layanan. Harapan ini terbentuk dari pengalaman sebelumnya, informasi yang diterima, serta kebutuhan dan keinginan nasabah terhadap layanan yang akan digunakan.

2. Persepsi Kinerja (*Perceived Performance*)

Persepsi kinerja adalah penilaian subjektif nasabah terhadap kinerja nyata layanan yang diterima, seperti kemudahan penggunaan, kecepatan transaksi, dan keamanan layanan. Persepsi ini menjadi dasar bagi nasabah untuk melakukan evaluasi terhadap layanan yang digunakan.

3. Diskonfirmasi (*Disconfirmation*)

Diskonfirmasi adalah proses evaluasi yang membandingkan antara harapan awal dengan kinerja aktual layanan. Diskonfirmasi dapat bersifat positif (kinerja melebihi harapan), netral (kinerja sesuai harapan), atau negatif (kinerja

di bawah harapan). Tingkat diskonfirmasi ini sangat menentukan apakah nasabah akan merasa puas atau tidak puas terhadap layanan yang diterima.

4. Kepuasan (*Satisfaction*)

Kepuasan merupakan hasil akhir dari proses diskonfirmasi, yaitu perasaan puas atau tidak puas yang dirasakan nasabah setelah membandingkan harapan dengan kinerja aktual layanan. Jika terjadi diskonfirmasi positif, nasabah akan merasa sangat puas, sedangkan diskonfirmasi negatif akan menimbulkan ketidakpuasan.

2.1.3 *Mobile Banking*

2.1.3.1 Definisi *Mobile Banking*

Mobile banking adalah layanan perbankan digital yang memungkinkan nasabah melakukan berbagai transaksi keuangan melalui perangkat *mobile* (*smartphone*) tanpa perlu mengunjungi kantor cabang. Layanan ini merupakan bagian dari transformasi digital sektor perbankan yang bertujuan untuk memberikan kemudahan, efisiensi, dan aksesibilitas layanan keuangan kapan saja dan di mana saja.

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (2018), *mobile banking* merupakan salah satu wujud dari layanan perbankan digital (*digital banking*), sebagaimana tertuang dalam Peraturan OJK No. 12/POJK.03/2018 di mana bank memanfaatkan teknologi digital untuk menyelenggarakan sebagian besar aktivitas layanan perbankan kepada nasabah secara mandiri. *Mobile banking* tidak hanya memungkinkan transaksi dasar seperti pengecekan saldo atau transfer dana, tetapi juga menawarkan fitur

lanjutan seperti pembayaran tagihan, pembukaan rekening digital, pembelian produk investasi, dan integrasi dengan layanan keuangan lainnya.

2.1.3.2 Perkembangan *Mobile Banking* di Indonesia

Pertumbuhan penggunaan *mobile banking* di Indonesia menunjukkan tren yang signifikan, terutama setelah masa pandemi Covid-19. Pandemi menjadi salah satu pendorong utama akselerasi digitalisasi di berbagai sektor, termasuk perbankan. Masyarakat mulai beradaptasi dengan kebiasaan baru yang mengutamakan transaksi tanpa kontak langsung, sehingga banyak yang beralih menggunakan *mobile banking* untuk kebutuhan sehari-hari. Tren ini didorong oleh peningkatan literasi digital, pertumbuhan pengguna *smartphone*, dan akses internet yang semakin luas.

Bank-bank besar di Indonesia, termasuk PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk, telah mengembangkan aplikasi *mobile banking* mereka untuk menyesuaikan dengan kebutuhan pasar, seperti kemudahan akses, serta integrasi layanan. Salah satu bentuk konkret dari transformasi ini adalah aplikasi Wondr by BNI yang menyasar generasi muda dan pengguna digital aktif.

2.1.3.3 Keunggulan dan Manfaat *Mobile Banking*

Mobile banking menawarkan sejumlah keunggulan dibandingkan layanan perbankan konvensional, di antaranya:

1. Akses 24/7

Nasabah dapat mengakses layanan perbankan kapan saja tanpa batas waktu operasional, selama terhubung dengan jaringan internet.

2. Kemudahan dan Efisiensi

Proses transaksi dapat dilakukan dengan cepat dan efisien, seperti transfer dana antarbank, pembayaran tagihan, dan *top-up e-wallet* hanya melalui beberapa klik.

3. Biaya Operasional Rendah

Mobile banking membantu bank mengurangi biaya operasional, seperti biaya operasional cabang dan tenaga kerja, sehingga bank dapat lebih fokus pada pengembangan inovasi.

4. Keamanan Transaksi

Sebagian besar aplikasi mobile banking saat ini sudah dilengkapi dengan teknologi keamanan seperti *biometric login*, *two-factor authentication* (2FA), OTP, serta enkripsi data.

5. Integrasi Layanan Keuangan

Mobile banking tidak hanya mencakup layanan perbankan dasar, tetapi juga mendukung layanan lain seperti investasi, pengajuan pinjaman *online*, serta integrasi dengan ekosistem *e-commerce* dan *fintech*.

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti, Tahun, Tempat Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian	Sumber Referensi
1.	Charissa Kezia Rahmawati et al, (2020) Nasabah Perbankan Syariah	Persamaan penelitian ini terletak pada variabel independen dan variabel dependen yaitu kualitas layanan dengan kepuasan nasabah.	Perbedaanya terletak pada metode, objek dan subjek penelitiannya, untuk metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dan asosiatif dan objek yang diteliti oleh penulis adalah aplikasi Wondr by BNI sedangkan subjek penelitian penulis adalah pada mahasiswa	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas <i>mobile</i> <i>banking</i> yang terdiri dari keamanan, kemudahan, kenyamanan, desain dan sistem aplikasi secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Secara parsial dimensi	Rahmawati, C. K., & Fianto, B. A. (2020). Analisis Deskriptif pada Dimensi Kualitas Layanan <i>Mobile</i> <i>Banking (M- Banking)</i> terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah. <i>Journal</i> <i>Syariah Teori</i> <i>dan Terapan,</i> 7(6), 1118- 1127.

No	Peneliti, Tahun, Tempat Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian	Sumber Referensi
			jurusan D-3 Perbankan dan Keuangan.	kemudahan memiliki pengaruh tinggi terhadap kepuasan nasabah, hal ini menunjukkan bahwa aplikasi <i>mobile banking</i> syariah dapat diakses dimana dan kapan saja, memberikan kemudahan dan tepat waktu.	
2.	Isroul Khusna (2020), PT Bank Rakyat Indonesia		Perbedaan dalam penelitian ini terletak pada objek penelitian,	Hasil kualitas layanan <i>mobile banking</i> berpengaruh terhadap	Khusna, I. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan <i>Mobile</i>

No	Peneliti, Tahun, Tempat Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian	Sumber Referensi
	Syariah KC Manado		penelitian terdahulu pada Bank Rakyat Indonesia Syariah KC Manado sedangkan objek penelitian penulis yaitu aplikasi Wondr by BNI pada mahasiswa jurusan D-3 Perbankan dan Keuangan.	kepuasan nasabah dibuktikan dengan uji korelasi yang memperoleh hasil $0,407 > 0,05$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Kemudian berdasarkan penguji yang telah dilakukan dengan uji koefisien detrminasi diketahui nilai R^2 dari tabel Model Summary adalah 0,221 atau sekitar 22,1%. Hal ini berarti	<i>Banking</i> Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus pada PT Bank Rakyat Indonesia Syariah KC Manado- Tendean). [Skripsi]. IAIN MANADO.

No	Peneliti, Tahun, Tempat Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian	Sumber Referensi
				pengaruh variabel x (kualitas layanan) terhadap variabel y (kepuasan nasabah) adalah sebesar 22,1%. Sedangkan sisanya 77,9% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil penelitian ini variabel independen (kualitas layanan) berpengaruh signifikan terhadap	

No	Peneliti, Tahun, Tempat Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian	Sumber Referensi
				variabel dependen (kepuasan nasabah) di PT Bank Rakyat Indonesia Syariah KC Manado.	
3.	Maysyanda Dwiyantika Iriyani dkk. (2024), Bank Negara Indonesia (BNI)	Persamaan penelitian ini terletak pada variabel independent dan variabel dependen yaitu kualitas layanan dengan kepuasan nasabah serta objek penelitian pada Bank BNI.	Perbedaan terletak pada subjek penelitian, dimana penelitian penulis berfokus pada mahasiswa jurusan D-3 Perbankan dan Keuangan Universitas Siliwangi.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan digital BNI berpengaruh positif dan signifian terhadap kepuasan nasabah dengan dimensi keandalan dan keamanan menjadi faktor yang dominan.	Dwiyantika Iriyani, M., Wijayanto, H., & Setiawan, F. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking BNI terhadap Kepuasan Nasabah Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk.

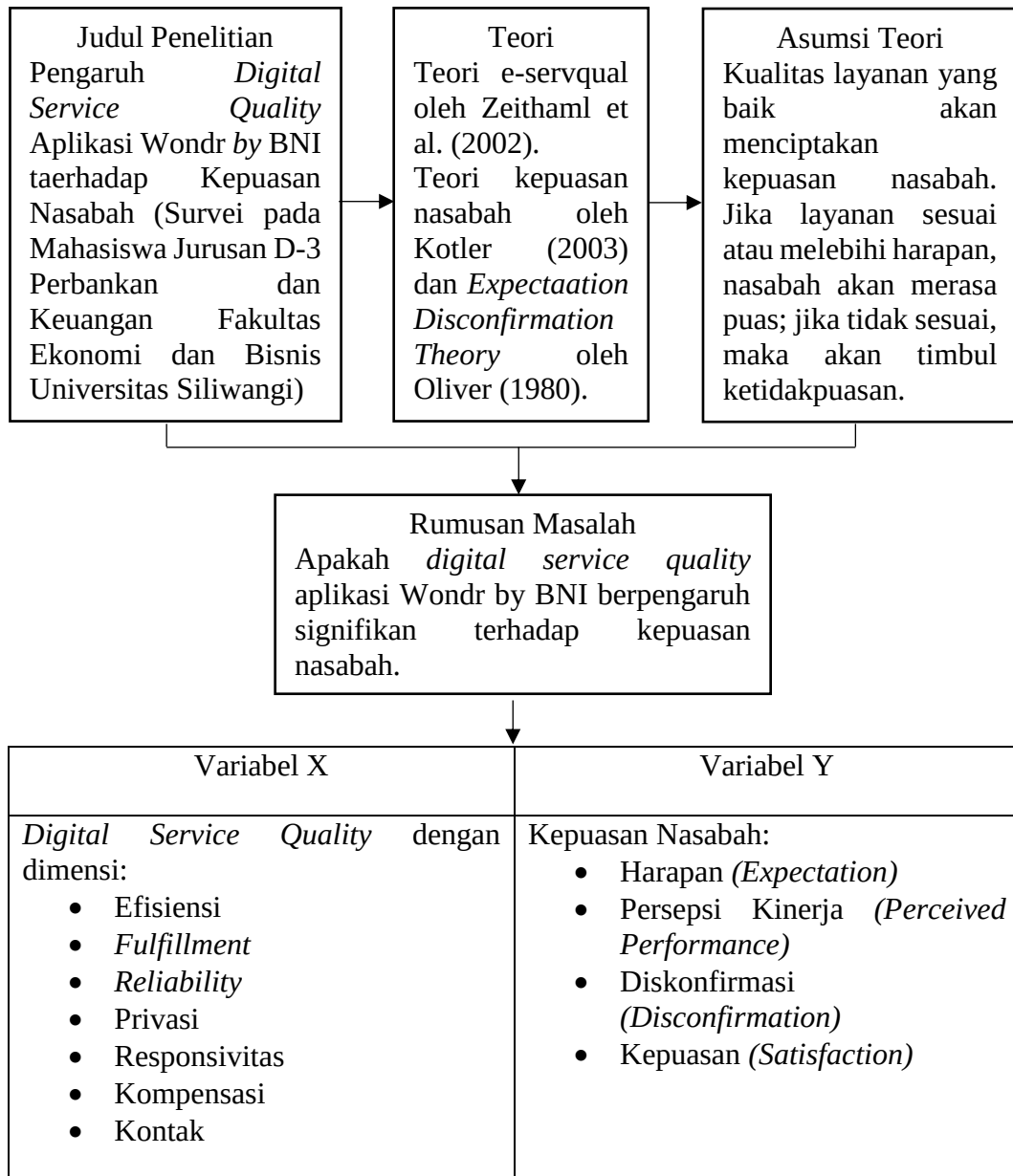
No	Peneliti, Tahun, Tempat Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian	Sumber Referensi
					<i>Indonesian Journal of Economics</i> , 1(2).
4.	Halida Sasmita dkk. (2023), BNI Kantor Kas Boulevard Makassar	Persamaan penelitian ini terletak pada variabel independent dan variabel dependen yaitu kualitas layanan dengan kepuasan nasabah.	Perbedaan terletak pada lokasi penelitian dan subjek penelitian, dimana penelitian terdahulu dilakukan di BNI Kantor Kas Boulevard Makassar.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan <i>digital banking</i> BNI berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan kontribusi sebesar 62,2%, sedangkan 37,8% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.	Sasmita, H., et al. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan <i>Mobile Banking</i> BNI terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Kas Boulevard Makassar. Jurnal Manajemen Perbankan Keuangan

No	Peneliti, Tahun, Tempat Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian	Sumber Referensi
					Nitro, 6(2), 108-119.
5.	Zulfina Arizky Zulkifly dkk. (2022), Bank Sulselbar Cabang Makassar	Persamaan penelitian ini terletak pada variabel independent dan variabel dependen yaitu kualitas layanan dengan kepuasan nasabah.	Perbedaan terletak pada objek penelitian, dimana penelitian terdahulu dilakukan pada Bank Sulselbar Cabang Makassar, sedangkan penelitian penulis pada aplikasi Wondr by BNI.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan <i>mobile banking</i> PT Bank Sulselbar sudah berjalan baik. Dimensi <i>E-Servqual</i> diterapkan secara cukup baik, dan kapasitas SDM serta kepercayaan nasabah menjadi faktor dominan yang memngaruhi kualitas layanan.	Zulkifly, Z. A., et al. (2022). Analisis Peningkatan Kualitas Layanan <i>Mobile Banking</i> dengan Pendekatan Metode E- Servqual. JBMI (Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Informatika), 19(1), 61-79.

No	Peneliti, Tahun, Tempat Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian	Sumber Referensi
				Secara umum, pelayanan telah memenuhi ekspektasi nasabah.	
6.	M. Hamzah dkk. (2024), Bank BNI KCP Paiton	Persamaan penelitian ini terletak pada objek penelitian yaitu aplikasi Wondr by BNI dan variabel yang diteliti yaitu kualitas layanan dan kepuasan nasabah.	Perbedaan terletak pada metode penelitian dan subjek penelitian, dimana penelitian penulis berfokus pada mahasiswa jurusan D-3 Perbankan dan Keuangan Universitas Siliwangi dengan pendekatan kuantitatif.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan aplikasi Wondr tergolong baik berdasarkan persepsi nasabah. Aplikasi dinilai mudah digunakan, aman (fitur biometri), dan efisien. Nasabah merasa puas karena	Hamzah, M., et al. (2024). Analisis Kualitas Layanan Aplikasi Wondr by BNI terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus: Bank BNI KCP Paiton). Jurnal Manajemen Perbankan Keuangan Nitro, 8(1), 5-38.

No	Peneliti, Tahun, Tempat Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian	Sumber Referensi
				transaksi dapat dilakukan kapan dan di mana saja. Kendala yang dihadapi meliputi keterbatasan jaringan dan rendahnya tingkat adopsi pengguna <i>digital banking</i> (30%). Secara keseluruhan, aplikasi Wondr meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah.	

2.3 Kerangka Pemikiran



Gambar 2. 1

Kerangka Pemikiran

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan memahami hubungan antara kualitas layanan digital pada aplikasi Wondr by BNI dengan kepuasan nasabah, khususnya mahasiswa D-3 Perbankan dan Keuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi.

Kualitas layanan digital merupakan persepsi nasabah mengenai seberapa baik aplikasi Wondr by BNI dalam memberikan layanan yang cepat, tepat, aman, dan dapat memenuhi kebutuhan mereka. Menurut Zeithaml et al. (2002), kualitas layanan dapat diukur melalui tujuh dimensi, yaitu efisiensi, *fulfillment*, *reliability*, privasi, responsivitas, kompensasi, dan kontak. Efisiensi mencakup kemudahan dan kecepatan penggunaan aplikasi, pemenuhan janji berkaitan dengan sejauh mana aplikasi memenuhi layanan yang dijanjikan, *reliability* menunjukkan keandalan sistem agar selalu dapat diakses, sementara privasi berfokus pada perlindungan data nasabah. Responsivitas mengukur ketanggapan dalam menyelesaikan masalah, kompensasi merujuk pada pemberian solusi saat terjadi kendala, dan kontak mencakup kemudahan nasabah untuk menghubungi pihak bank.

Sementara itu, kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kecewa nasabah yang muncul sebagai hasil dari perbandingan antara harapan sebelum menggunakan layanan dengan pengalaman aktual yang diterima. . Oliver, Rust dan Varki dalam Rifa'i (2023: 51), menyebutkan bahwa konsumen akan menjadi tidak puas jika produk atau jasa hanya memberikan kebutuhan dasar, terlebih jika produk atau jasa itu tidak begitu menarik.

Kualitas layanan digital yang baik berperan penting dalam menciptakan kepuasan nasabah. Apabila aplikasi Wondr by BNI mampu memberikan layanan

sesuai atau bahkan melebihi harapan, maka nasabah akan merasa puas. Sebaliknya, jika kualitas layanan tidak memenuhi harapan, ketidakpuasan dapat terjadi. Setiap dimensi kualitas layanan memiliki kontribusi terhadap kepuasan nasabah. Misalnya, sistem yang andal dan aman akan meningkatkan rasa percaya nasabah, sementara kecepatan tanggapan dalam menangani keluhan akan meningkatkan kepuasan mereka.

Berdasarkan alur pikir diatas, diduga bahwa *digital service quality* aplikasi Wondr by BNI memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Bank yang mampu menyediakan layanan digital berkualitas tinggi, dengan memperhatikan aspek efisiensi, pemenuhan janji, *reliability*, privasi, responsivitas, kompensasi, dan kontak, cenderung memiliki nasabah yang lebih puas. Kepuasan ini pada akhirnya dapat meningkatkan loyalitas nasabah, citra positif bank, serta daya saing di era digitalisasi perbankan. Oleh karena itu, peningkatan kualitas layanan digital merupakan salah satu strategi penting dalam mencapai keunggulan kompetitif dan mempertahankan basis nasabah yang puas dan loyal.

Penelitian ini berfokus pada kualitas layanan digital dan kepuasan nasabah, dengan latar permasalahan bahwa semakin banyaknya layanan digital yang tersedia menuntut banyak bank untuk terus meningkatkan kualitasnya agar dapat memenuhi harapan dan menciptakan kepuasan di kalangan nasabah, khususnya generasi muda yang semakin akrab dengan layanan perbankan digital.

2.4 Hipotesis

Menurut Sugiyono (2024: 99), Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik.

Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. H_0 (Hipotesis Nol):

Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *digital service quality* aplikasi Wondr by BNI terhadap kepuasan nasabah (studi pada mahasiswa jurusan D3 Perbankan dan Keuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi).

2. H_a (Hipotesis Alternatif):

Terdapat pengaruh yang signifikan antara *digital service quality* aplikasi Wondr by BNI terhadap kepuasan nasabah (studi pada mahasiswa jurusan D3 Perbankan dan Keuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi).