

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Fitur Aplikasi

Fitur aplikasi *mobile banking* adalah sekumpulan layanan digital yang disediakan oleh bank melalui aplikasi seluler untuk mempermudah transaksi keuangan nasabah secara mandiri, cepat, dan aman. Fitur-fitur ini bertujuan untuk meningkatkan kenyamanan, efisiensi, dan kepuasan pengguna. Shaikh & Karjaluoto (2015:131)

Beberapa fitur yang umum ditemukan pada aplikasi *mobile banking*, menurut Shaikh dan Karjaluoto (2015:131), antara lain:

- 1) Informasi saldo dan mutasi rekening
- 2) Transfer dana antar rekening dan antar bank
- 3) Pembayaran tagihan (listrik, air, pulsa, internet, dll.)
- 4) Top-up e-wallet
- 5) Pembelian produk digital
- 6) Manajemen kartu dan blokir kartu
- 7) Notifikasi transaksi
- 8) Login aman dengan biometrik atau OTP

Dimensi fitur aplikasi menurut beberapa ahli adalah sebagai berikut:

1. Menurut Susanto et al. (2020), fitur aplikasi mobile banking yang baik harus memenuhi beberapa dimensi, antara lain kemudahan penggunaan (ease of use), keandalan (reliability), keamanan (security), dan fungsionalitas (functionality). Dimensi-dimensi ini mencerminkan kualitas teknis dan pengalaman pengguna selama berinteraksi dengan aplikasi.
2. Alalwan (2021) menambahkan bahwa kualitas sistem dan informasi yang ditampilkan dalam aplikasi juga merupakan aspek penting. Dalam temuannya, fitur yang mudah dipersonalisasi, pembaruan yang rutin, serta kemampuan untuk menampilkan informasi secara akurat dan real-time menjadi indikator penting yang memengaruhi persepsi pengguna.

Beberapa fitur yang dibutuhkan pengguna mobile Banking menurut Shaikh dan: Karjaluoto (2015), antara lain:

- a. Kelengkapan Fitur – mencakup banyaknya layanan transaksi seperti transfer, pembayaran, pembelian, dan lainnya.
- b. Kecepatan Transaksi – kecepatan dalam memproses transaksi tanpa gangguan.
- c. Notifikasi Real-Time – pemberitahuan langsung terhadap aktivitas rekening.
- d. Keamanan Sistem – proteksi melalui OTP, biometric login, dan enkripsi data.
- e. Kemudahan Navigasi – tata letak dan antarmuka yang intuitif serta mudah digunakan.

Kesimpulan Teoritis dari berbagai pendapat ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa fitur aplikasi *mobile banking* idealnya mencakup: kelengkapan, kesesuaian dengan kebutuhan, kemudahan akses, inovasi/pembaruan, dan stabilitas teknis. Kelima aspek tersebut berkontribusi langsung dalam membentuk kepuasan pengguna terhadap layanan digital perbankan.

2.1.2 Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara harapan terhadap suatu produk atau layanan dengan kinerja aktual yang dirasakan Kotler dan Keller (2016) Kepuasan nasabah memiliki peranan penting dalam membangun loyalitas, menciptakan komunikasi dari mulut ke mulut yang positif, dan mempertahankan nasabah dalam jangka panjang. Dalam konteks *mobile banking*, kepuasan nasabah menjadi tolok ukur keberhasilan layanan digital bank dalam memenuhi ekspektasi generasi pengguna muda yang mengutamakan kecepatan, kemudahan, dan keamanan.

Kepuasan nasabah merupakan indikator krusial yang mencerminkan sejauh mana produk dan layanan yang ditawarkan oleh suatu perusahaan memenuhi atau melampaui ekspektasi pelanggan, sehingga membentuk persepsi positif yang berdampak langsung pada loyalitas dan keberlanjutan bisnis (Ongkiwijaya, 2017). Kepuasan ini tidak hanya sekadar perasaan senang atau gembira, tetapi juga mencakup evaluasi kognitif yang mendalam terhadap kinerja produk atau layanan dibandingkan dengan harapan yang telah terbentuk sebelumnya (Kusumajaya & Zusrony, 2020). Dalam konteks perbankan, kepuasan nasabah menjadi tolok ukur utama keberhasilan strategi layanan dan inovasi digital yang diterapkan, mengingat

persaingan yang semakin ketat dan tuntutan nasabah yang terus berkembang (Susilawaty & Nicola, 2020). Metode kuantitatif sering digunakan dalam penelitian kepuasan nasabah, dengan instrumen pengumpulan data berupa kuesioner yang mengukur berbagai dimensi kepuasan melalui skala Likert, serta teknik pengambilan sampel non-probabilistik seperti *purposive sampling* yang memungkinkan peneliti untuk menargetkan responden dengan karakteristik tertentu (Maulani et al., 2022). Analisis deskriptif dan inferensial kemudian diterapkan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang paling berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, serta menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya.

Kualitas produk memainkan peran sentral dalam membentuk kepuasan pelanggan, di mana produk yang memiliki nilai guna tinggi, keandalan, dan fitur yang memenuhi kebutuhan pelanggan cenderung menciptakan pengalaman positif yang berkontribusi pada kepuasan secara keseluruhan (Suryaningrat et al., 2021). Kualitas produk tidak hanya terbatas pada aspek fisik, tetapi juga mencakup dimensi psikologis yang berkaitan dengan persepsi pelanggan terhadap nilai dan manfaat yang mereka peroleh dari produk tersebut. Kualitas pelayanan juga menjadi faktor penentu kepuasan nasabah, terutama dalam industri jasa seperti perbankan, di mana interaksi langsung antara penyedia layanan dan pelanggan memegang peranan penting dalam menciptakan pengalaman yang memuaskan (Nasution & Rinaldi, 2021). Layanan yang responsif, ramah, dan efisien dapat meningkatkan persepsi positif pelanggan terhadap perusahaan, bahkan ketika terjadi masalah atau keluhan. Kualitas pelayanan dapat diukur menggunakan model SERVQUAL, yang mengidentifikasi lima dimensi utama: *tangible* (bukti fisik),

reliability (keandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati) (Asrunputri, 2018). Kesadaran kualitas di kalangan karyawan juga berdampak signifikan pada kepuasan pelanggan, karena karyawan yang memiliki pemahaman mendalam tentang standar kualitas dan termotivasi untuk memberikan yang terbaik akan berkontribusi pada peningkatan kualitas produk dan layanan secara keseluruhan (Qanita & Albab, 2020).

Harga juga memainkan peran penting dalam membentuk kepuasan pelanggan, di mana pelanggan akan merasa puas jika mereka merasa bahwa harga yang mereka bayar sepadan dengan nilai yang mereka terima dari produk atau layanan. Penetapan harga yang tepat, dengan mempertimbangkan faktor-faktor seperti biaya produksi, harga pesaing, dan persepsi nilai pelanggan, dapat meningkatkan daya saing produk dan kepuasan pelanggan. Citra merek juga menjadi faktor penting dalam membentuk kepuasan pelanggan, di mana merek yang memiliki reputasi baik dan citra positif di mata pelanggan cenderung menciptakan ekspektasi yang tinggi, yang jika terpenuhi atau dilampaui akan meningkatkan kepuasan.

Berikut adalah dimensi kepuasan menurut Kotler dan Keller (2016):

1) *Ease of Use* – Kemudahan dalam menggunakan aplikasi.

Kemudahan dalam menggunakan aplikasi mobile banking, terutama bagi pengguna yang tidak terlalu menguasai teknologi.

Indikator:

- a. Aplikasi mudah dipelajari oleh pengguna baru.
- b. Navigasi aplikasi jelas dan tidak membingungkan.
- c. Fitur-fitur mudah diakses dan digunakan.

- 2) *Design and Functionality* – Desain yang menarik dan fitur yang berfungsi dengan baik.

Menunjukkan kualitas tampilan visual dan fungsi dari aplikasi mobile banking.

Indikator:

- a. Tampilan aplikasi menarik dan enak dilihat.
- b. Tata letak informasi tertata rapi.
- c. Fitur-fitur berjalan dengan baik tanpa error.
- d. Aplikasi jarang mengalami gangguan/bug.

- 3) *Security and Privacy* – Keamanan data pribadi dan transaksi.

Persepsi pengguna terhadap tingkat keamanan aplikasi dan perlindungan terhadap informasi pribadi.

Indikator:

- a. Informasi pribadi dan data keuangan terlindungi dengan baik.
- b. Terdapat sistem autentikasi (seperti PIN/OTP).
- c. Tidak ada kekhawatiran terhadap penyalahgunaan data.
- d. Riwayat transaksi dapat dilihat dengan transparan.

- 4) *Efficiency* – Kecepatan dan ketepatan layanan.

Kemampuan aplikasi dalam memberikan layanan secara cepat dan tepat.

Indikator:

- a. Transaksi berlangsung cepat.
- b. Proses login dan navigasi tidak memakan waktu lama.
- c. Fitur seperti transfer, pembayaran, dan cek saldo bekerja dengan cepat dan akurat

5) *Customer Support* – Ketersediaan bantuan saat ada kendala.

Ketersediaan bantuan bagi pengguna saat mengalami kendala atau membutuhkan informasi.

Indikator:

- a. Ada layanan bantuan (chat, call center, email).
- b. Respon terhadap keluhan cepat dan membantu.
- c. Informasi atau panduan penggunaan mudah diakses.

Tersedia Frequently Asked Questions (FAQ) yang relevan.

2.1.3 *Mobile banking*

Mobile banking adalah layanan digital yang ditawarkan suatu bank untuk nasabah nya melakukan transaksi hanya melalui *handphone* Laukkanen (2007) Menurut Bank Indonesia (BI), *Mobile banking* adalah layanan transaksi keuangan yang dilakukan melalui perangkat *mobile* pribadi, biasanya berupa ponsel atau *smartphone*, dengan sumber dana yang berasal dari tabungan nasabah di bank. *Mobile banking*, yang sering disingkat menjadi *M-banking*, memungkinkan pengguna untuk melakukan transaksi perbankan secara *online* dengan mudah melalui ponsel atau *smartphone* mereka.

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK), *Mobile banking* adalah layanan yang memungkinkan nasabah bank untuk melakukan transaksi perbankan melalui ponsel. Layanan ini memiliki berbagai fitur yang dapat dibagi menjadi dua kategori utama: layanan informasi dan layanan transaksi. Layanan informasi mencakup berbagai fasilitas, seperti pengecekan mutasi rekening, saldo, suku bunga, tagihan kartu kredit, serta lokasi bank atau mesin ATM terdekat. Di sisi lain, layanan transaksi

meliputi kegiatan seperti transfer uang, pembelian, pembayaran tagihan, dan berbagai fitur menarik lainnya.

Dengan memiliki aplikasi *Mobile banking*, nasabah dapat melakukan berbagai transaksi tanpa perlu mengunjungi bank. Hanya dengan menggunakan *handphone*, hampir seluruh kebutuhan banking mereka sudah tersedia di layanan *Mobile banking*. Selain menghemat waktu dan biaya, layanan ini juga membantu nasabah menjadi lebih modern dan tetap mengikuti perkembangan zaman dalam penggunaan teknologi elektronik. *Mobile banking* telah merevolusi lanskap keuangan di Indonesia, menghadirkan kemudahan, kecepatan, dan efisiensi dalam pengelolaan keuangan pribadi dan bisnis. Pertumbuhan pengguna smartphone yang pesat di Indonesia, diperkirakan melebihi 100 juta pada tahun 2018, secara langsung berkorelasi dengan adopsi *Mobile banking* yang semakin luas (Mu'asiroh & Darwanto, 2021). *Mobile banking* tidak hanya memfasilitasi transaksi pelanggan tetapi juga meningkatkan efisiensi dan efektivitas bisnis perbankan secara keseluruhan (Mufingatun et al., 2020). Dengan pertumbuhan penetrasi internet dan kepemilikan ponsel yang signifikan, *Mobile banking* menawarkan solusi yang menjanjikan untuk menjangkau populasi yang belum memiliki rekening bank, yang merupakan potensi pasar yang sangat besar (Fianto, 2021). Perkembangan teknologi informasi yang pesat telah mendorong perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan manusia di Indonesia, termasuk sektor perbankan (Gede et al., 2020).

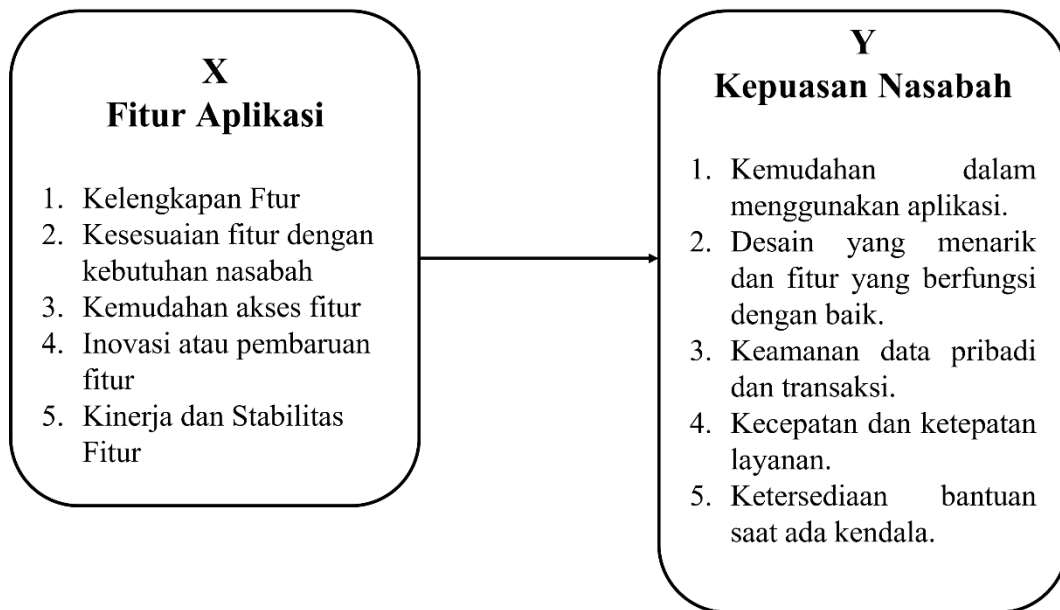
2.1.4 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1.
Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti & Tahun	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
Cipta Rahmadanti (2022)	Kuantitatif (Survei)	Kemudahan penggunaan, kualitas layanan, dan manfaat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.	Sama-sama meneliti pengaruh digital terhadap kepuasan nasabah.	Menggunakan aplikasi BSI <i>Mobile</i> , bukan Byond by BSI.
Raudhotul Zahra (2021)	Kuantitatif (Survei)	Kemudahan, kenyamanan, dan keamanan berpengaruh positif terhadap kepuasan mahasiswa.	Fokus pada <i>Mobile banking</i> dan faktor kenyamanan/keamanan.	Responden adalah mahasiswa, bukan nasabah umum.
Putri & Hidayat (2020)	Kuantitatif (SPSS)	Kualitas sistem, informasi, dan layanan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna <i>Mobile banking</i> .	Menggunakan pendekatan kuantitatif.	Fokus pada sistem dan informasi, bukan fitur spesifik Byond by BSI.
Yuliana (2021)	Kuantitatif (Kuesioner)	Kemudahan dan kepercayaan meningkatkan kepuasan nasabah terhadap e-banking.	Mengukur pengaruh kemudahan terhadap kepuasan.	Objek penelitiannya e-banking umum, bukan aplikasi tertentu.
Syifa Fadhilah (2023)	Kuantitatif	Keamanan transaksi dan responsivitas berdampak pada loyalitas dan kepuasan.	Meneliti faktor keamanan.	Menambahkan variabel loyalitas, sedangkan penelitian ini fokus pada kepuasan.
Juliansyah & Putra (2022)	Kuantitatif (Online Survey)	Fitur aplikasi memengaruhi kepuasan dan kenyamanan pengguna generasi Z.	Meneliti pengaruh fitur aplikasi.	Fokus pada generasi Z.
Fadila & Nurhadi (2020)	Kuantitatif	Kemudahan dan persepsi risiko memengaruhi kepuasan pengguna <i>Mobile banking</i> .	Meneliti kemudahan sebagai faktor utama.	Meneliti persepsi risiko, bukan fitur dan keamanan seperti penelitian ini.

Sumber: Diolah oleh penulis, 2025

2.2 Kerangka Pemikiran



Gambar 2. 1.
Kerangka Pemikiran
Sumber: Diolah oleh penulis, 2025

2.3 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara atas rumusan masalah penelitian yang umumnya dirumuskan dalam bentuk pertanyaan. Disebut sementara karena hipotesis belum didukung oleh data empiris yang diperoleh melalui proses pengumpulan data. Oleh karena itu, hipotesis lebih tepat dipandang sebagai jawaban teoritis yang bersumber dari kajian literatur dan teori yang relevan, sebelum dilakukan pembuktian secara empiris. Pernyataan berikut ini merupakan kesimpulan awal dari penulis:

Fitur aplikasi Byond by BSI berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah BSI KCP Bandung Kiaracondong.