

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENDEKATAN MASALAH

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Bank

2.1.1.1 Pengertian Bank

Lembaga keuangan dalam dunia keuangan bertindak sebagai lembaga yang menyediakan jasa keuangan bagi nasabahnya. Salah satu bentuk dari lembaga keuangan yaitu perbankan. Menurut Undang-Undang RI Nomor 10 Tahun 1998 tanggal 10 November 1998 tentang Perbankan, bank adalah “badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka taraf hidup rakyat banyak”. Bank dalam kegiatan utamanya menerima simpanan giro, tabungan, deposito, kemudian bank juga dikenal sebagai tempat untuk peminjaman uang (kredit).

Menurut Kasmir (2015:11) “Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.”

Menurut Hermansyah (2020:6) “Bank adalah lembaga keuangan yang menjadi tempat bagi orang perseorangan, badan usaha swasta, badan usaha milik

negara, bahkan lembaga pemerintahan yang menyimpan dana-dana yang dimilikinya.”

Menurut Sumartik dan Hariasih (2018:10) “Bank merupakan lembaga keuangan yang mengumpulkan dana masyarakat atau menerima simpanan uang dari masyarakat yang kemudian akan disalurkan kepada masyarakat yang membutuhkan dana dalam bentuk kredit atau peminjaman uang, dan juga menerbitkan promes (*banknote*) demi meningkatkan taraf hidup masyarakat luas.”

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa bank adalah perusahaan yang mengumpulkan uang dari masyarakat sebagai simpanan dan memberikan uang itu kepada masyarakat sebagai bentuk pinjaman untuk membantu meningkatkan kualitas hidup masyarakat.

2.1.1.2 Fungsi Bank

Fungsi utama bank menurut Undang-Undang Perbankan Nomor 10 Tahun 1998 yaitu sebagai penghimpun dana dan penyalur dana masyarakat. Dalam menghimpun dana bank menyediakan beberapa layanan jasa yaitu penerimaan tabungan giro dan deposito.

Menurut I Gusti, dkk dalam Baihaqqy (2021:183) secara umum fungsi utama bank adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali kepada masyarakat untuk bertujuan atau sebagai *financial intermediary*. Secara spesifik bank berfungsi sebagai

1) *Agent of trust*

Dasar utama kegiatan perbankan adalah kepercayaan (*trust*), baik dalam hal penghimpunan dana maupun penyaluran dana. Masyarakat percaya bahwa uangnya tidak akan di salah gunakan oleh bank, uangnya akan dikelola dengan baik, bank tidak akan bangkrut, dan pada saat yang telah dijanjikan simpanan tersebut dapat ditarik kembali dari bank.

2) *Agent of development*

Kegiatan perekonomian masyarakat di sektor moneter dan sektor riil tidak dapat dipisahkan. Kegiatan bank berupa penghimpunan dan penyaluran dana sangat diperlukan bagi lancarnya kegiatan perekonomian di sector riil. Kelancaran kegiatan bank yang memungkinkan masyarakat melakukan investasi distribusi-konsumsi ini tidak lain adalah kegiatan pembangunan perekonomian suatu masyarakat.

3) *Agent of service*

Bank tidak hanya menyediakan dana, tetapi juga menyediakan layanan perbankan lainnya kepada masyarakat. Kegiatan ekonomi masyarakat secara keseluruhan sangat berkaitan dengan jasa yang ditawarkan bank ini. Pengiriman uang, penitipan barang berharga, jaminan bank, dan penyelesaian tagihan adalah beberapa contoh dari layanan ini. Berdasarkan tujuan khusus mereka, bank memiliki beberapa fungsi utama, yaitu:

a) Menghimpun Dana dari Masyarakat

Bank mengumpulkan dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan, sehingga masyarakat mempercayakan dananya untuk disimpan di sana dengan jaminan keamanan yang diberikan oleh bank. Selain itu, bank memberikan keuntungan berupa tingkat pengembalian atau *return* yang diberikan kepada nasabah sesuai dengan kebijakan bank. Dengan demikian, masyarakat menyimpan dananya di bank untuk berinvestasi.

b) Menyalurkan Dana kepada Masyarakat

Bank akan memberikan dananya kepada orang-orang yang kurang beruntung melalui pinjaman. Untuk mendapatkan pinjaman dana (kredit), nasabah harus memenuhi persyaratan tertentu yang ditetapkan oleh bank. Bank akan memperoleh pendapatan dari penyaluran dana tersebut, yang berupa pendapatan bunga.

c) Pelayanan dan Jasa Perbankan

Bank tidak hanya menyimpan simpanan, tetapi juga menawarkan banyak layanan perbankan lainnya kepada pelanggan mereka. Pelayanan perbankan termasuk transfer uang, pemindah bukuan, penagihan surat-surat berharga, kliring, surat kredit, inkaso, garansi bank, dan layanan lainnya, sesuai dengan tren globalisasi modern. Sangat penting bagi mereka yang bekerja dalam bidang bisnis dan sangat sibuk. Saat ini, banyak sektor perbankan berlomba-lomba untuk melakukan inovasi produk dan meningkatkan teknologi dan sistem informasi untuk memenuhi kebutuhan nasabah.

Menurut Sumartik dan Hariasih (2018:14) menyatakan, sebagai lembaga intermediasi keuangan, bank memiliki fungsi utama sesuai dengan tugasnya, fungsi utama bank dapat dikategorikan menjadi:

1. Menghimpun Dana dari Masyarakat

Bank mengumpulkan uang dari orang-orang melalui tabungan, deposito berjangka, giro, dan bentuk simpanan lainnya. Dengan melakukan ini, mereka melindungi uang orang-orang sekaligus memberikan bunga untuk dana tersebut.

2. Menyalurkan Dana kepada Masyarakat

Bank, setelah mengumpulkan dana dari masyarakat, akan memberikan dana kepada orang-orang yang membutuhkannya melalui sistem kredit atau pinjaman. Dengan cara ini, tujuan mereka dalam melaksanakan pembangunan nasional dapat terpenuhi. Masyarakat yang membutuhkan dana memiliki kemampuan untuk meningkatkan kualitas hidup mereka dan menghasilkan usaha yang mendukung kemajuan nasional.

Sedangkan fungsi sampingan dari bank termasuk layanan-layanan jasa bank lainnya menurut Sumartik dan Hariaris (2018:15) adalah sebagai berikut:

- 1) Mendukung kelancaran mekanisme pembayaran

Bank tidak hanya menyalurkan dana, tetapi juga membantu masyarakat bertransaksi dengan lebih mudah. Transfer dana antar rekening dalam negeri, layanan pembayaran secara kredit seperti kartu kredit, layanan pembayaran tagihan, sistem pembayaran elektronik, metode untuk membayar karyawan, dan layanan lainnya untuk mendukung fungsi ini.

2) Mendukung kelancaran transaksi internasional

Selain itu, bank diperlukan untuk mempercepat transaksi internasional. Bertransaksi akan selalu sulit karena perbedaan sistem moneter, budaya, geografis, dan jarak antara dua negara. Penyelesaian transaksi ini akan lebih mudah, cepat, dan murah jika bank hadir. Untuk transaksi internasional, bank menjaga kelancaran melalui jasa penukaran mata uang asing dan transfer dana internasional.

3) Penciptaan Uang

Bank ini menghasilkan uang giral, yang merupakan alat pembayaran melalui kliring. Bank sentral mengawasi proses ini untuk mengontrol jumlah uang yang beredar karena dapat berdampak pada ekonomi.

4) Sarana investasi

Bank sekarang juga dapat berinvestasi dengan menawarkan reksa dana atau produk investasi mereka sendiri, seperti derivatif, emas, saham, dan mata uang asing.

5) Penyimpanan barang berharga

Bank selalu dapat menyimpan barang berharga. Bank juga dapat menyewakan *safe deposit box* kepada pelanggan untuk menyimpan barang berharga mereka, seperti emas, perhiasan, surat-surat berharga, dan lainnya.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tugas bank adalah mengumpulkan dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan, memberikan dana kepada masyarakat yang membutuhkan pinjaman, dan menyediakan berbagai jenis layanan perbankan untuk membantu masyarakat yang mengalami masalah ekonomi.

2.1.1.3 Tujuan Bank

Bank merupakan suatu lembaga yang menunjang pembangunan nasional hal ini terdapat pada tujuan perbankan, yang tercantum dalam pasal 4 Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 Tentang Perbankan “Perbankan Indonesia bertujuan menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka pemerataan, pertumbuhan ekonomi dan stabilitas nasional kearah peningkatan kesejahteraan rakyat banyak”.

2.1.2 Kualitas Layanan *Mobile Banking*

2.1.2.1 Teori Kualitas Layanan

Menurut Tjiptono dan Kurniawan (2018:75), di antara berbagai model kualitas layanan online yang telah dikembangkan baru-baru ini, E-S-QUAL yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan malhotra adalah model yang paling komprehensif dan dapat diintegrasikan. Model ini merupakan penyempurnaan dari E-SERVQUAL dan fokus pada dua elemen utama yaitu “layanan perawatan online” dan “layanan pemulihan online”. Setiap elemen kemudian dibagi lagi menjadi beberapa dimensi. E-S-QUAL terdiri dari empat dimensi sebagai standar kualitas layanan online.

1. Efisiensi, kemudahan dalam mengakses dan menggunakan situs. Pelanggan memiliki kemampuan untuk melakukan hal seperti adanya mengunjungi suatu website.
2. Reliabilitas, fungsi koreksi teknis dari suatu situs. Hal ini terkait dengan fungsi teknis situs terkait, terutama ketersediaan dan fungsi situs).
3. *Fulfillment*, yaitu tingkat komitmen situs web seperti pengiriman pesanan dan

ketersediaan item yang dapat dipenuhi. Termasuk komitmen pelayanan, ketersediaan persediaan produk dan ketepatan pengiriman sesuai waktu yang dijanjikan.

4. Privasi, tingkat keamanan situs web dan perlindungan informasi pelanggan.

2.1.2.1.1 Dimensi Kualitas Layanan *Mobile Banking*

Menurut Utami, Pranatasari, Sudyasjayanti (2019:128) dalam teori SERVQUAL yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml & Berry terdapat lima dimensi kualitas layanan yang perlu diperhatikan oleh perusahaan, yaitu:

a) Reliability

Reliability merupakan kinerja perusahaan untuk memberikan teknik layanan yang efektif dengan tepat waktu, layanan yang akurat, sesuai prosedur dan tidak ada kesalahan berulang.

b) Tangibles

Bukti fisik (*tangibles*) antara lain berupa kebersihan, penampilan karyawan, peralatan yang digunakan, brosur, seragam dan logo.

c) Responsiveness

Responsiveness atau responsivitas adalah ketika karyawan perusahaan dapat menjawab pertanyaan dengan cepat, menanggapi keluhan dengan sigap, memberi bantuan tanpa diminta.

d) Assurance (Jaminan)

Jaminan adalah ketika karyawan dapat memberikan pelayanan yang cukup mencakup kompetensi staf, kepercayaan, dan keamanan transaksi.

e) *Empathy*

Empati adalah ketika perusahaan penyedia jasa layanan memberikan perhatian mendalam dan bersifat personal, seperti mengerti kebutuhan nasabah, mendengarkan dengan sungguh-sungguh.

2.1.2.2 *Mobile Banking*

Saat ini penggunaan teknologi telah berkembang dengan sangat cepat tidak hanya di negara-negara maju tapi juga pada negara-negara berkembang seperti Indonesia. Perkembangan teknologi yang kemudian memunculkan *mobile banking* merupakan alternatif bisnis yang cukup menjanjikan, karena *mobile banking* dipandang memiliki banyak kemudahan bagi kedua belah pihak. Dengan adanya *mobile banking* ini jasa pelayanan Bank kepada nasabah bisa ditingkatkan efisiensinya (Supriyono, 2011).

Mobile banking merupakan salah satu layanan perbankan yang menerapkan sistem teknologi informasi yang dapat membantu memudahkan nasabahnya dalam melakukan transaksi perbankan yang dapat diakses langsung melalui *smartphone*. Layanan *mobile banking* yang dilakukan melalui *smartphone* dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja dengan terhubung koneksi internet yang stabil, tanpa nasabah harus datang langsung ke kantor fisik bank.

Mobile banking merupakan layanan Perbankan yang dapat diakses langsung melalui jaringan telepon seluler/*handphone* GSM (*Global for Mobile Communication*) atau CDMA dengan menggunakan layanan data yang telah disediakan oleh operator telepon seluler, misal Indosat, Telkomsel, dan operator lainnya (Supriyono, 2011).

Layanan *mobile banking* menjadi peluang bagi bank untuk menawarkan nilai tambah kepada pelanggan. Keefektifan dan keefisienan nasabah untuk melakukan berbagai transaksi. *Mobile banking* tidak akan berjalan, jika tidak didukung oleh telepon seluler dan internet. Setiap orang yang memiliki ponsel dapat memanfaatkan fasilitas ini, untuk berbagai kemudahan layanan perbankan tersebut, diharapkan nasabah merasa puas dalam menggunakan berbagai macam jasa yang diberikan oleh pihak Bank (Mundir dan Hayati, 2021).

2.1.2.2.1 Faktor yang Mempengaruhi Sikap Terhadap *Mobile Banking*

Teori Davis atau lebih dikenal sebagai *Technology Acceptance Mode* (TAM) menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi sikap pengguna terhadap penggunaan teknologi, termasuk *mobile banking*. Dalam konteks *mobile banking* teori ini menyoroti dua faktor utama yaitu:

1. *Perceived Usefulness* (Manfaat yang dirasakan)

Faktor ini merujuk pada sejauh mana pengguna percaya bahwa penggunaan *mobile banking* akan meningkatkan kinerja dalam melakukan transaksi. Jika pengguna merasa bahwa *mobile banking* memudahkan dan mempercepat proses transaksi, mereka cenderung memiliki sikap positif terhadap *mobile banking*.

2. *Perceived Ease of Use* (Kemudahan Penggunaan yang dirasakan)

Faktor ini mengukur seberapa mudah pengguna merasa dalam menggunakan aplikasi *mobile banking*. Jika pengguna merasa aplikasi *mobile banking* mudah dipahami dan digunakan tanpa banyak kesulitan, mereka akan cenderung memiliki sikap yang positif.

2.1.2.3.2 Layanan *Mobile Banking*

Mobile banking (m-banking) merupakan sebuah fasilitas atau layanan perbankan menggunakan alat komunikasi untuk bertansaksi melalui aplikasi yang terdapat pada handphone (Nurastuti, 2011:18). Dengan adanya layanan *mobile banking*, transaksi perbankan yang biasanya dilakukan secara manual, kini dapat dilakukan dengan menggunakan handphone nasabah untuk menghemat waktu dan biaya.

Permintaan terhadap mobile banking pada umumnya dating dari nasabah yang menginginkan layanan yang cepat, aman, nyaman, terjangkau dan tersedia kapan saja di perangkat mobile nasabahnya, dan semua tuntutan tersebut dipenuhi oleh layanan mobile banking (Hafiz & Mulkan, 2020)

2.1.3 Loyalitas Nasabah

2.1.3.1 Pengertian Loyalitas Nasabah

Menurut Kusniati & Saputra, (2020:95) menyatakan “Loyalitas adalah kesetiaan nasabah terhadap bank karena bank sukses memenuhi harapan nasabah, baik dari pelayanan maupun yang lainnya. Loyalitas nasabah dapat dibangun dengan rasa kepercayaan yang telah dibentuk sebelumnya oleh nasabah apabila nasabah loyal terhadap bank, maka nasabah pun tidak akan pindah kepada bank lain guna menginvestasikan dananya, sehingga menguntungkan kedua belah pihak”.

Loyalitas lebih mengacu pada bentuk sikap dari pelanggan, pelanggan yang loyal merupakan orang yang melaksanakan pembelian kesekian secara tertib, dan sudah banyak merasakan berbagai layanan yang luar biasa dan konsumen pun dapat

membeli antar segmen produk dari pesaing (Marlius, 2018).

Menurut (Listyawati, 2014) loyalitas bisa tercipta apabila pelanggan merasa puas dengan tingkatan layanan yang diterima serta terus meneruskan inovasi dan melanjutkan ikatan dengan nasabah.

Menurut Kasmir (2013: 312) menyatakan “Loyalitas adalah tentang presentasi dari orang yang pernah membeli dalam kerangka waktu tertentu dan melakukan pembelian sejak pembelian pertama. Loyalitas terbentuk karena keinginan pelanggan tersebut untuk menjaga hubungan kerja sama dengan cara menggunakan jasa perusahaan secara berulang-ulang”

Menurut Griffin indikator loyalitas adalah :

- 1) Melakukan pembelian ulang secara teratur (*makes regular repeat purchaes*).
Loyalitas lebih mengacu pada wujud perilaku dari unit-unit pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian secara terus menerus terhadap barang atau jasa suatu perusahaan yang dipilih.
- 2) Membeli diluar lini produk (*purchase across product and service lines*).
Membeli di luar lini produk dan jasa artinya keinginan untuk membeli lebih dari produk dan jasa yang telah di tawarkan oleh perusahaan. Pelanggan yang sudah percaya pada perusahaan dalam suatu urusan maka akan percaya pada urusan lain.
- 3) Merefrensikan produk kepada orang lain (*refers other*), nasabah yang loyal dengan sukrela akan merekomendasikan produk kepada teman dan rekan.

- 4) Menunjukkan kekebalan akan daya tarik dari pesaing (*demonstratesan immunity to the full of the competation*). Tidak mudah terpengaruh oleh tarikan oleh persaingan perusahaan lainnya.

Berdasarkan uraian diatas, dapat dijelaskan bahwa loyalitas lebih mengacu pada perilaku untuk membeli barang dan jasa suatu perusahaan yang dipilih secara teratur.

2.1.3.2 Karakteristik Loyalitas

Menurut Adam dan Situmang (2020: 843) menyatakan pelanggan setia memiliki ciri-ciri berikut:

1. Melakukan pembelian yang berulang-ulang.
2. Hanya membeli produk dari perusahaan tersebut.
3. Menolak produk lain.
4. Menunjukkan kekebalan (tidak terpengaruh) oleh daya tarik produk sejenis dari perusahaan pesaing.
5. Melakukan penciptaan prospek.

Dalam meningkatkan profitabilitas perusahaan, konsumen yang setia adalah asset yang paling berharga bagi perusahaan. Dapat disimpulkan bahwa loyalitas konsumen mengarah pada peningkatan.

2.1.3.3 Strategi Membangun Loyalitas

Menurut Adam dalam Chairun (2021: 20) menyatakan bahwa ada strategi yang dapat digunakan untuk membangun loyalitas yang disebut dengan roda loyalitas, yang terdiri dari tiga langkah yaitu :

- 1) *Build a foundation for loyalty.* Perusahaan perlu membangun fondasi yang solid untuk menciptakan loyalitas pelanggan yang memasukkan portofolio yang benar dalam mengidentifikasi segmen pelanggan, menarik pelanggan yang benar, meningkatkan pelayanan dan mengantarkan nilai kepuasan yang tinggi.
- 2) *Create loyalty bonds.* Untuk membangun loyalitas yang sesungguhnya, suatu perusahaan perlu mengembangkan ikatan yang erat dengan pelanggannya.
- 3) *Reduce churn driers.* Perusahaan perlu mengidentifikasi dan mengeliminasi faktor-faktor yang dihasilkan dari churn yang membuat kehilangan pelanggan dan menggantikannya dengan pelanggan baru.

Dengan mempertimbangkan strategi tersebut, dapat disimpulkan bahwa membangun strategi untuk nasabah setia sangat penting karena jika strategi tersebut berhasil, nasabah akan membuat hubungan bisnis yang lama dan kuat dengan bank.

2.1.4 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti, Tahun, Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian	Sumber
Syahrani, Muttalib, Nanda (2025) Pengaruh Kualitas Layanan <i>Mobile Banking</i> Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT Bank Negara Indonesia (BNI) kcpPalattae Kab. Tulang	Penelitian bertujuan mengetahui dan menganalisis kualitas layanan <i>mobile banking</i> terhadap loyalitas nasabah, jenis penelitian menggunakan kuantitatif, jenis data primer bersumber langsung dari responden	Penelitian peneliti terdahulu dengan peneliti sekarang dilakukan di Bank yang berbeda, metode penelitian yang digunakan berbeda	Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada PT. bank negara Indonesia (BNI) kantor cabang sengkang KCP Palattae.	YUME : Jurnal Manajemen Jil. 8, Nomor 1 (2025)
Purnama, Nadiiika (2024) Pengaruh Kualitas Layanan <i>Mobile Banking</i> Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Dimediasi Oleh Kepuasan Nasabah Pada PT Bank Syariah	Penelitian bertujuan mengetahui dan menganalisis kualitas layanan <i>mobile banking</i> terhadap loyalitas nasabah, Jenis	Penelitian peneliti terdahulu dengan peneliti sekarang dilakukan di Bank yang berbeda, metode penelitian yang digunakan	Kualitas layanan <i>mobile banking</i> secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, sedangkan kepercayaan tidak berpengaruh langsung terhadap loyalitas nasabah. Namun, baik kualitas layanan	Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi (JEBMA) Vol. 4 No. 3 (2024): Artikel riset Periode Nopember 2024

Indonesia Kcp Medan Pulo Brayan	penelitian menggunakan kuantitatif, jenis data primer bersumber langsung dari reponden	Berbeda	<i>mobile banking</i> maupun kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah juga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah dan berperan sebagai mediator yang memperkuat pengaruh kualitas layanan <i>mobile banking</i> dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah. Dengan demikian, meningkatkan kualitas layanan dan membangun kepercayaan akan meningkatkan kepuasan, yang pada akhirnya meningkatkan loyalitas nasabah.	
------------------------------------	---	---------	---	--

Ariyandi, Pinandito, Rachmadi (2023) Analisis Pengaruh Kualitas Layanan <i>Mobile Banking</i> Livin' by Mandiri terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah menggunakan E- S-Qual dan E- RecS-Qual	Penelitian bertujuan mengetahui dan menganalisis kualitas layanan <i>mobile banking</i> terhadap loyalitas nasabah, Jenis penelitian menggunakan kuantitatif, jenis data primer bersumber langsung dari responden	Penelitian peneliti terdahulu dengan peneliti sekarang dilakukan di Bank yang berbeda, metode penelitian yang digunakan berbeda	Hasil penulis dalam melaksanakan penelitian ini melihat apabila secara bersama- sama dimensi- dimensi E-S-Qual berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan secara bersama-sama dimensi-dimensi E-RecS-Qual tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Namun secara bersama- sama variabel E-S- Qual dan E-RecS- Qual berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, variabel kepuasan pelanggan juga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan	Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer Vol 7 No 9 (2023): September 2023
--	---	---	--	---

Sarimuda (2022) Pengaruh Kualitas Layanan <i>Mobile Banking</i> Terhadap Loyalitas Nasabah Bank BCA Jambi Dengan Kebahagiaan Nasabah Sebagai Variabel Intervening	Penelitian bertujuan mengetahui dan menganalisis kualitas layanan <i>mobile banking</i> terhadap loyalitas nasabah, jenis penelitian menggunakan kuantitatif, jenis data primer bersumber langsung dari Reponden	Penelitian peneliti terdahulu dengan peneliti sekarang dilakukan di Bank yang berbeda, metode penelitian yang digunakan berbeda	Hasil analisis statistik membuktikan bahwa secara parsial kualitas layanan <i>mobile banking</i> berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Untuk pengaruh secara simultan, kualitas layanan <i>mobile banking</i> melalui kebahagiaan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.	Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan Vol. 11 No. 01 (2022): Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan
Reza Vahlevi (2022) Pengaruh Kualitas Layanan <i>Mobie Banking</i> Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Di Bank BNI Kcu Daan Mogot	Penelitian bertujuan mengetahui dan menganalisis kualitas layanan <i>mobile banking</i> terhadap loyalitas nasabah, jenis penelitian menggunakan kuantitatif, jenis data primer bersumber langsung dari reponden	Penelitian peneliti terdahulu dengan peneliti sekarang dilakukan di Bank yang berbeda, metode penelitian yang digunakan berbeda	Kualitas layanan <i>mobile banking</i> perbankan BNI mempengaruhi langsung terhadap kepuasan pelanggan di Bank Baku Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya Daan Mogot dengan nilai T-Statistik 38,517 nilai(0,000). Kepuasan pelanggan berpengaruh langsung dan signifikan terhadap kesetiaan nasabah. Kualitas layanan berpengaruh langsung dan signifikan terhadap	Jurnal Sosial dan Sains Jil. 2 No.9 (2022): Jurnal Sosial dan Sains

			kepuasan dan loyalitas nasabah.	
Fajar Akbar, Niken, Admaja Dwi (2019) Analisis Pengaruh Kualitas Layanan <i>Mobile Banking</i> terhadap Kepuasan Nasabah pada Pengguna Layanan BRI Mobile Bank Rakyat Indonesia di Kantor Cabang Cirebon	Penelitian bertujuan mengetahui dan menganalisis kualitas layanan <i>mobile banking</i> terhadap loyalitas nasabah, jenis penelitian menggunakan kuantitatif, jenis data primer bersumber langsung dari responden	Model penelitian terdahulu dengan peneliti sekarang menggunakan model penelitian yang berbeda	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan efisiensi, ketersediaan sistem, pemenuhan, privasi, kontak, daya tanggap, dan kompatibilitas perangkat seluler memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan sebesar 40,90%. Secara parsial hanya daya tanggap dan kompatibilitas perangkat seluler yang memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hasil dari penelitian ini juga menunjukkan bahwa kepuasan nasabah memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah sebesar 32,40%.	Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer Vol 3 No 5 (2019): Mei 2019

2.2 Kerangka Pemikiran

Bank merupakan suatu lembaga yang mengumpulkan dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan (*funding*) dan kemudian menyalurkannya kembali kepada masyarakat dalam bentuk pinjaman (*lending*) atau bentuk lainnya, dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan rakyat. Salah satu aktivitas utama dalam dunia perbankan adalah menghimpun dana dari masyarakat luas, yang dikenal dengan

istilah *funding*. Pengumpulan dana ini dilakukan dengan cara mencari atau membeli dana dari masyarakat. Untuk menarik minat masyarakat menanamkan dananya dalam bentuk simpanan, bank menggunakan berbagai strategi. Saat ini, sektor perbankan juga telah mengadopsi program digitalisasi, yang memungkinkan masyarakat untuk melakukan transaksi dengan mudah melalui *smartphone*, kapan saja dan dimana saja berkat dukungan jaringan internet.

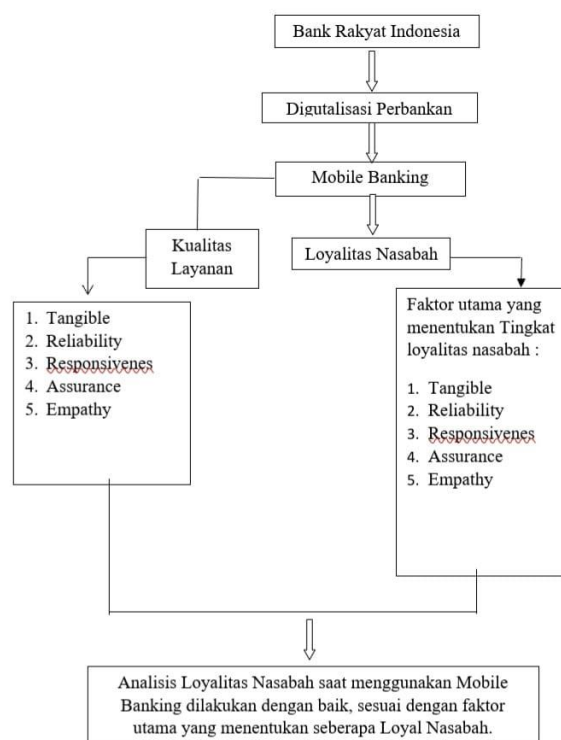
Dalam konteks ini, variabel X yaitu kualitas layanan *mobile banking* dan variabel Y yaitu loyalitas nasabah.

Loyalitas adalah komitmen yang dipegang teguh untuk membeli kembali atau berlangganan produk pilihan atau jasa di masa depan meskipun pengaruh situasional dan upaya pemasaran memiliki potensi untuk menyebabkan konsumen beralih kepada produk yang lain (Kotler dan Keller 2012:207). Loyalitas konsumen merupakan perilaku yang terkait dengan merek sebuah produk, termasuk kemungkinan memperbarui kontrak merek di masa yang akan datang, beberapa kemungkinan pelanggan mengubah dukungannya terhadap merek, berap kemungkinan keinginan pelanggan untuk meningkatkan citra positif suatu produk (Hasan, 2013:121). Beberapa ilmuwan berpendapat bahwa loyalitas diartikan sebagai komitmen nasabah untuk bertahan melakukan transaksi secara konsisten menggunakan produk tertentu pada masa yang akan datang.

Teori ini menyatakan bahwa kepuasan nasabah yang dipengaruhi oleh kualitas layanan memiliki hubungan positif dengan loyalitas nasabah. Semakin baik kualitas layanan *mobile banking* yang diberikan oleh Bank Rakyat Indonesia Unit Cikurubuk,

khususnya dalam hal keandalan, kemudahan penggunaan, responsivitas, keamanan dan efisiensi, semakin besar harapan nasabah terhadap layanan tersebut. Hal ini akan menyebabkan nasabah merasa puas, yang pada gilirannya meningkatkan kemungkinan mereka untuk tetap menjadi nasabah yang setia.

Adapun kerangka pemikiran dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran

Sumber: Data diolah oleh Penulis

2.3 Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan sementara yang diajukan sebagai jawaban atas rumusan masalah dalam suatu penelitian (Parasuraman, 2013). Oleh sebab itu, rumusan masalah dalam penelitian umumnya dirumuskan dalam bentuk pernyataan. Menurut

Kotler (2005) kualitas layanan adalah kinerja yang dapat ditawarkan oleh seseorang kepada orang lain. Menurut Sarimuda S (2022), Purnama (2024), Fajar & Niken (2019) menyatakan jika kualitas layanan *mobile banking* berpengaruh positif secara signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Maka hipotesis penelitian ini adalah terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas layanan mobile banking terhadap loyalitas nasabah pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Unit Cikurubuk Tasikmalaya.