

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Kualitas Layanan

Kualitas layanan merupakan suatu konsep yang sangat penting dalam dunia perbankan, termasuk dalam konteks aplikasi *Mobile Banking* seperti DIGI BANK BJB. Menurut Tri Harinie et al., (2023), kualitas layanan melibatkan berbagai elemen seperti kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik, yang secara kolektif dapat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas nasabah. Kualitas layanan yang baik tidak hanya memenuhi harapan nasabah tetapi juga menciptakan pengalaman positif yang akan mendorong nasabah untuk tetap setia menggunakan layanan tersebut.

Sutanto, (2020) menekankan bahwa kualitas layanan tidak hanya berfungsi sebagai aspek yang berdiri sendiri, tetapi juga berkaitan erat dengan faktor-faktor lain seperti kemudahan layanan dan persepsi harga yang adil. Dalam penelitian mereka, ditemukan bahwa kepuasan nasabah berfungsi sebagai variabel mediasi yang penting, yang menunjukkan pengaruh besar terhadap loyalitas nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah, penting untuk memperhatikan seluruh dimensi kualitas layanan yang ditawarkan.

Sementara itu, dalam konteks *Mobile Banking*, Trisnawati dan Fahmi, (2017) menyebutkan bahwa kualitas layanan sangat terkait dengan tingkat kepuasan nasabah pengguna *Mobile Banking*. Penelitian mereka menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara dimensi kualitas layanan seperti kehandalan, efisiensi, privasi, dan pemenuhan kebutuhan terhadap kepuasan nasabah. Ini menunjukkan bahwa kualitas layanan harus adaptif dan responsif terhadap kebutuhan nasabah yang berubah, khususnya dalam situasi yang sulit.

Pengertian kualitas layanan juga mencakup dimensi layanan, Trisnawati dan Fahmi, (2017) merujuk pada model *E-SERVQUAL*, yang mengidentifikasi dimensionalitas yang lebih spesifik dalam layanan seperti *Mobile Banking*, antara lain kehandalan, efisiensi, privasi, dan pemenuhan kebutuhan. Ini menunjukkan pentingnya metode khusus untuk mengukur kualitas layanan dalam konteks digital yang berbeda dari layanan tradisional.

Lebih lanjut, faktor kualitas layanan juga sangat penting dalam menentukan citra merek suatu bank. Hal ini tercermin dalam penelitian oleh Geebren daan Jabbar, (2021), yang menemukan bahwa kuatnya citra merek yang didukung oleh kualitas layanan yang baik dapat mendorong kepuasan nasabah dan pada gilirannya meningkatkan loyalitas mereka. Dengan demikian, menekankan kualitas layanan dalam pengembangan aplikasi *Mobile Banking* bukan hanya tentang produk itu sendiri, tetapi juga bagaimana produk tersebut dirasakan dan diterima oleh nasabah.

Secara keseluruhan, kualitas layanan dalam konteks *Mobile Banking* merupakan gabungan dari beberapa elemen yang saling berhubungan dan saling

mempengaruhi. Mengerti dan meningkatkan kualitas layanan tersebut adalah kunci untuk menciptakan pengalaman nasabah yang positif, yang tidak hanya meningkatkan kepuasan tetapi juga menciptakan loyalitas jangka panjang.

2.1.1.2 Indikator Kualitas Layanan

Menurut Li dan Suomi, (2008:3) Model E-Servqual terdiri dari tujuh dimensi (*System Availability, Fulfillment, Efficiency, privacy, responsiveness, Information Quality, dan Compensation*), yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Ketersediaan Sistem (*System Availability*)

Ketersediaan sistem mengacu pada waktu dan kemampuan aplikasi untuk berfungsi tanpa gangguan. Indikator ini menilai seberapa banyak waktu layanan tersedia untuk nasabah dan frekuensi downtime aplikasi. Sebuah sistem yang selalu tersedia akan memberikan kepercayaan kepada nasabah bahwa mereka dapat mengakses layanan kapan saja, (Emilia dan Sanjaya, 2023).

2. Pemenuhan (*Fulfillment*)

Dimensi ini menilai sejauh mana aplikasi dapat memenuhi janji yang dibuat kepada nasabah, termasuk keakuratan transaksi dan ketepatan waktu pengiriman layanan. Kepuasan nasabah berhubungan erat dengan seberapa baik layanan memenuhi harapan mereka dalam hal pemenuhan kebutuhan yang dijanjikan (Putri, 2022)

3. Efisiensi (*Efficiency*)

Efisiensi menunjukkan seberapa cepat dan mudah pengguna dapat menyelesaikan transaksi menggunakan aplikasi, termasuk kecepatan proses pembayaran dan kemudahan navigasi dalam aplikasi. Dimensi ini penting untuk memastikan pengalaman pengguna yang positif saat menggunakan layanan (Saraswati, 2020)

4. Privasi (*Privacy*)

Dimensi privasi berhubungan dengan tingkat keamanan dan perlindungan data pribadi nasabah. Ini mencakup bagaimana data pelanggan dikelola dan dilindungi dari akses yang tidak sah. Kepercayaan nasabah terhadap aplikasi akan meningkat jika mereka merasa aman dalam menggunakan layanan, (Salleh, et al., 2024)

5. Tanggapan (*Responsiveness*)

Tanggapan mencakup seberapa cepat dan efektif layanan merespons setiap pertanyaan atau keluhan dari nasabah. Ini mencakup waktu tanggap dari pihak bank dalam menangani masalah yang timbul dan kemampuan untuk memberikan informasi yang dibutuhkan dengan tepat (Angur et al., 1999)

6. Kualitas Informasi (*Information Quality*)

Kualitas informasi berfokus pada sejauh mana informasi yang diberikan oleh aplikasi relevan, akurat, dan mudah dipahami oleh nasabah. Kualitas informasi yang tinggi akan menambah nilai bagi pengguna dan mempengaruhi kepuasan mereka terhadap layanan (Salleh, et al., 2024)

7. Kompensasi (*Compensation*)

Dimensi ini berkaitan dengan tindakan yang diambil oleh lembaga keuangan untuk memperbaiki situasi ketika nasabah mengalami masalah atau ketidakpuasan. Tindakan tersebut dapat berupa penggantian finansial atau kredit bagi nasabah yang mengalami kerugian akibat kesalahan dalam layanan, (Putri, 2022)

Penggunaan tujuh dimensi *E-SERVQUAL* dalam evaluasi kualitas layanan aplikasi DIGI BANK BJB akan memberikan wawasan yang lebih dalam tentang bagaimana nasabah memandang kualitas layanan yang diberikan. Hal ini juga dapat membantu dalam merumuskan strategi perbaikan yang berdasarkan umpan balik dari nasabah untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas mereka, (Angur et al., 1999)

2.1.2 Kepuasan Nasabah

2.1.2.1 Pengertian Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah adalah tingkat rasa puas yang dirasakan oleh pelanggan setelah menggunakan jasa atau produk yang ditawarkan oleh lembaga keuangan, seperti bank. Kepuasan ini diukur dari seberapa baik ekspektasi nasabah terhadap layanan yang mereka terima dibandingkan dengan persepsi mereka terhadap kualitas layanan yang diberikan. Dalam konteks perbankan, kepuasan nasabah sering kali tercermin dari cakupan pelayanan yang memadai, keandalan dalam transaksi, serta responsivitas terhadap keluhan atau permintaan nasabah.

Sebagai contoh, Ramadani dan Kurniawati, (2023) menyatakan bahwa layanan yang bermutu dan memenuhi kebutuhan nasabah merupakan hal yang

krusial untuk mencapai kepuasan pelanggan. Mereka juga menekankan pentingnya interaksi yang baik antara nasabah dan layanan sebagai faktor penentu dalam meningkatkan kepuasan. Hal ini sejalan dengan temuan yang menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh langsung terhadap kepuasan nasabah; jika layanan yang diterima memenuhi atau bahkan melebihi harapan nasabah, maka kepuasan akan tercapai.

Kepuasan nasabah juga tidak hanya berhubungan dengan produk dan layanan yang diberikan, tetapi juga melibatkan faktor pengalaman yang lebih luas. Pengalaman pelanggan selama berinteraksi dengan bank, termasuk kemudahan akses ke layanan dan ketersediaan informasi, berkontribusi besar terhadap tingkat kepuasan mereka. Dalam dunia perbankan yang semakin kompetitif, menjaga kepuasan nasabah menjadi sangat penting karena akan berdampak pada loyalitas mereka terhadap lembaga tersebut (Awaluddin & Saleh, 2024).

Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Jap dan Keni, 2023), ditemukan bahwa citra perusahaan, dalam hal ini bank, memainkan peranan penting dalam kepuasan nasabah. Nasabah yang merasa puas cenderung akan merekomendasikan bank kepada orang lain dan menjadi nasabah yang loyal. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan yang berkualitas dan pengalaman yang positif bagi nasabah akan menghasilkan keuntungan jangka panjang bagi institusi keuangan.

Secara keseluruhan, kepuasan nasabah dapat dianggap sebagai hasil dari evaluasi keseluruhan terhadap layanan yang disediakan, dan menjadi indikator penting untuk menilai efektivitas strategi manajemen dan pelayanan dalam industri perbankan. Oleh karena itu, bank perlu secara terus-menerus melakukan

evaluasi dan peningkatan terhadap kualitas layanan yang diberikan untuk menjaga dan meningkatkan kepuasan nasabah mereka (Hoque et al., 2022)

2.1.2.2 Indikator Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah merupakan indikator kunci yang mencerminkan seberapa baik layanan yang diberikan oleh bank memenuhi ekspektasi dan kebutuhan, (Priansa, 2017:210)

1. Kualitas Layanan (Service Quality)

Kualitas layanan mencakup berbagai aspek interaksi nasabah dengan bank. Elemen ini sering diukur menggunakan model SERVQUAL yang mengacu pada lima dimensi: keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Pelayanan yang andal dan responsif dapat secara langsung meningkatkan kepuasan nasabah (Hasibuan, 2020). Penelitian menunjukkan bahwa nasabah yang merasa puas dengan kualitas layanan cenderung lebih setia kepada bank (Ahmad dan Akbar, 2022)

2. Kualitas Informasi (Information Quality)

Kualitas informasi mengacu pada seberapa tepat, relevan, dan mudah dipahami informasi yang diberikan kepada nasabah melalui aplikasi mobile banking. Informasi yang akurat dan mudah diakses sangat penting dalam proses pengambilan keputusan nasabah, serta dalam menyelesaikan masalah yang mereka hadapi (Zulkifly et al., 2022). Penelitian juga menunjukkan bahwa peningkatan kualitas informasi dapat berkontribusi pada kepuasan nasabah yang lebih tinggi (Motiwalla et al., 2019).

3. Keamanan (Security)

Aspek keamanan adalah kritik dalam layanan mobile banking, di mana nasabah harus merasa bahwa informasi dan transaksi mereka aman dari ancaman. Elemen ini mencakup perlindungan data pribadi, transaksi yang aman, serta adanya kebijakan transparan tentang keamanan. Tingkat kepercayaan terhadap keamanan transaksi sangat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah (Erlangga & Nuvriasari, 2023). Penelitian menunjukkan bahwa kekhawatiran tentang keamanan dapat mengurangi tingkat kepuasan (Thakuri et al., 2023)

4. Kemudahan Penggunaan (Ease of Use)

Kemudahan dalam menggunakan aplikasi adalah faktor penting dalam menentukan kepuasan nasabah. Jika aplikasi mobile banking dirancang dengan baik dan intuitif, membuat nasabah dapat berinteraksi tanpa hambatan, mereka akan lebih puas. Elemen ini mencakup desain antarmuka, navigasi, dan aksesibilitas fitur dalam aplikasi (Hernandez & David, 2022). Penelitian menunjukkan bahwa kemudahan dalam menggunakan layanan sangat berkorelasi positif dengan tingkat kepuasan nasabah (Yovita et al., 2021).

5. Nilaian dan Harapan (Value and Expectation)

Kepuasan nasabah juga dipengaruhi oleh nilai yang dirasakan dari layanan dan produk yang mereka terima. Jika nasabah merasa bahwa layanan yang diberikan sesuai atau melebihi harapan mereka, ini akan meningkatkan kepuasan mereka. Unsur ini mencakup persepsi nasabah

tentang manfaat yang mereka dapatkan dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan, baik dalam bentuk finansial maupun waktu (Mandiri et al., 2021). Penelitian menunjukkan bahwa nilai yang dirasakan oleh nasabah berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan (Parajuli et al., 2020). Secara keseluruhan, lima elemen ini saling terkait dan mempengaruhi satu sama lain dalam membentuk pengalaman nasabah dengan layanan *Mobile Banking*. Bank yang memahami dan mengelola kelima elemen ini dengan baik akan mampu meningkatkan kepuasan nasabah dan pada gilirannya mempertahankan loyalitas mereka (Nor et al., 2024).

2.1.3 Penelitian Terdahulu

Sebelum membahas penelitian ini lebih lanjut, terlebih dahulu dikemukakan beberapa penelitian terdahulu yang relevan sebagai landasan teoritis dan referensi. Studi-studi sebelumnya telah memberikan kontribusi signifikan dalam memahami kualitas layanan *mobile bankng*, sehingga menjadi acuan bagi pengembangan penelitian ini.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti, Tahun, Tempat Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian	Sumber Referensi
1.	May Shofiah et al., 2022	Kuantitatif	Perbedaan tempat penelitian dan perbedaan	Pengguna BJB DIGI di kota Bandung sangat memberikan pengaruh pada kualitas <i>Mobile</i>	Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA), 2022, 6.2: 1-13.

No	Peneliti, Tahun, Tempat Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian	Sumber Referensi
			variabel.	<i>Banking</i> dan mampu memberikan nilai yang baik.	
2.	Akob & Sukarno, 2022	Kuantitatif	Perbedaan tempat penelitian dan perbedaan variabel.	kualitas layanan <i>mobile banking</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.	Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship, 2022, 11.2: 269-283.
3.	Nurdin et al., 2020	Kuantitatif	Perbedaan tempat penelitian dan perbedaan variabel.	Pelayanan <i>Mobile Banking</i> Berpengaruh Positif Terhadap Kepuasan Nasabah	Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah, 2020, 2.1: 87-104.
4.	Octavia et al., 2023	Kuantitatif	Perbedaan tempat penelitian dan perbedaan variabel.	kualitas <i>mobile banking</i> dan kualitas produk bank memberikan pengaruh terhadap kepuasan nasabah bank UOB di Batam	<i>Computer and Science Industrial Engineering (COMASIE)</i> . 2023 Oct 9;9(6)

No	Peneliti, Tahun, Tempat Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian	Sumber Referensi
				dan menyatakan bahwa hipotesis yang diajukan diterima	
5.	Wardhana, 2015	Kuantitatif	Perbedaan tempat penelitian dan perbedaan variabel.	Kualitas layanan <i>m-banking</i> berpengaruh terhadap kepuasan nasabah	<i>Development Research of Management:</i> Jurnal Manajemen. 2015 Sep 1;10(2):273-84.

Sumber: Data diolah oleh penulis, 2025

2.2 Kerangka Pemikiran

Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas layanan aplikasi DIGI BANK BJB meliputi berbagai elemen seperti Ketersediaan Sistem (*System Availability*), Pemenuhan (*Fulfillment*), Efisiensi (*Efficiency*), Privasi (*Privacy*), Tanggapan (*Responsiveness*), Kualitas Informasi (*Information Quality*), dan Kompensasi (*Compensation*). *System Availability* mengacu pada Ketersediaan sistem dan kemampuan aplikasi untuk berfungsi tanpa gangguan, Sementara *Fulfillment* mengacu pada sejauh mana aplikasi dapat memenuhi janji yang dibuat kepada nasabah, termasuk keakuratan transaksi dan ketepatan waktu pengiriman layanan, *Efficiency* mengacu pada seberapa cepat dan mudah pengguna dapat menyelesaikan transaksi menggunakan aplikasi, termasuk kecepatan proses pembayaran dan kemudahan navigasi dalam aplikasi, sedangkan *Privacy* mengacu

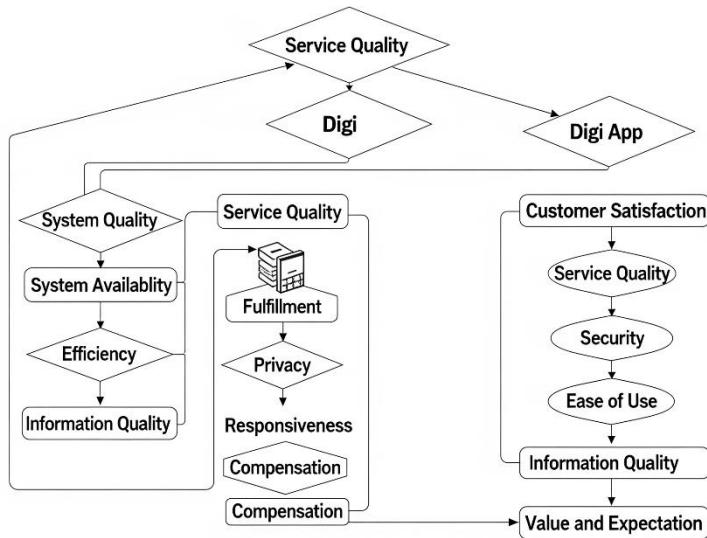
pada tingkat keamanan dan perlindungan data pribadi nasabah. Ini mencakup bagaimana data pelanggan dikelola dan dilindungi dari akses yang tidak sah, *Responsiveness* mengacu pada seberapa cepat dan efektif layanan merespons setiap pertanyaan atau keluhan dari nasabah. Ini mencakup waktu tanggap dari pihak bank dalam menangani masalah yang timbul dan kemampuan untuk memberikan informasi yang dibutuhkan dengan tepat, sedangkan *Information Quality* mengacu pada sejauh mana informasi yang diberikan oleh aplikasi relevan, akurat, dan mudah dipahami oleh nasabah, *Compensation* mengacu pada tindakan yang diambil oleh lembaga keuangan untuk memperbaiki situasi ketika nasabah mengalami masalah atau ketidakpuasan, Semua faktor ini bersama-sama mempengaruhi kualitas layanan *Mobile Banking* yang diberikan oleh bank kepada nasabah.

Mobile Banking DIGI BANK BJB merupakan layanan perbankan yang memungkinkan nasabah untuk melakukan berbagai transaksi keuangan melalui aplikasi mobile yang disediakan oleh PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat Dan Banten Tbk. (Bank BJB). Namun dalam implementasinya menghadapi beberapa tantangan. Pertama, tidak dapat membuka rekening tabungan secara online lewat aplikasi sepenuhnya, calon nasabah harus mengisis formulir terlebih dahulu. Kedua, dari segi fitur DIGI BANK BJB masih kurang, contohnya tidak bisa membayar tagihan dan membeli token listrik. Ketiga, aplikasi kurang efisien (Sering Error) Terutama saat waktu *weekend*, selain daripada itu ketika melakukan transaksi juga sering terjadi keterlambatan. Di sisi lain, aplikasi DIGI BANK BJB

menawarkan kemudahan bagi nasabah untuk bertransaksi tanpa harus ke ATM atau ke kantor layanan secara langsung.

Kualitas layanan aplikasi DIGI BANK BJB merupakan hasil dari berbagai faktor yang telah dijelaskan sebelumnya, seperti tidak dapat membuka rekening secara online sepenuhnya, kurangnya fitur yang tersedia, dan kurang efisiennya aplikasi. Kualitas layanan memegang peranan penting karena memiliki dampak langsung terhadap kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah ini selanjutnya akan memengaruhi citra perusahaan di mata nasabah dan masyarakat luas. Dengan kata lain, jika nasabah merasa puas dengan layanan yang diberikan, mereka cenderung memiliki persepsi positif terhadap perusahaan, yang pada akhirnya dapat memperkuat citra perusahaan dimata publik. Berdasarkan hal tersebut, peneliti menyimpulkan bahwa kualitas layanan aplikasi DIGI BANK BJB berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat Dan Banten Tbk. Hal ini menunjukkan bahwa upaya untuk meningkatkan kualitas layanan tidak hanya berdampak pada kepuasan nasabah, tetapi juga pada reputasi dan daya saing perusahaan secara keseluruhan.

Berikut ini adalah kerangka pemikiran penelitian ini:



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

Sumber: Diolah dari berbagai sumber, 2025

2.3 Hipotesis

Berdasarkan gambaran masalah yang diuraikan, hipotesis dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

H1: Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas layanan aplikasi DIGI BANK BJB terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat Dan Banten Tbk.