

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Bank

2.1.1.1 Pengertian Bank

Menurut Undang-Undang Negara Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998 Tanggal 10 November 1998 tentang perbankan, yang dimaksud dengan 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”. Dapat dijelaskan secara lebih komprehensif bahwa bank merupakan suatu institusi atau perusahaan yang beroperasi dalam sektor keuangan, yang berarti seluruh aktivitas perbankan senantiasa terkait dengan bidang keuangan.

2.1.1.2 Jenis-Jenis Bank

1. Jenis-jenis Bank

Menurut Undang-Undang RI Nomor 10 Tahun 1998, bank dibedakan menjadi 2 jenis yaitu:

- a. Bank Umum, yaitu bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional dan atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Sifat jasa yang diberikan adalah umum, dalam arti dapat memberikan seluruh jasa

- b. perbankan yang ada. Begitu pula dengan wilayah operasinya dapat dilakukan di seluruh wilayah. Bank umum sering disebut Bank Komersial (Commercial Bank).
 - c. Bank Perkreditan Rakyat (BPR), yaitu bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.
2. Jenis Bank Dilihat dari Segi Kepemilikannya Ditinjau dari segi kepemilikan maksudnya adalah siapa yang memiliki bank tersebut. Kepemilikan ini dapat dilihat dari akta pendirian dan penguasaan saham yang dimiliki bank yang bersangkutan. Jenis bank tersebut adalah sebagai berikut:
- a. Bank Milik Pemerintah Akta maupun modalnya dimiliki oleh pemerintah sehingga seluruh keuntungan bank ini dimiliki oleh pemerintah pula.
Contoh bank milik pemerintah antara lain:
 - 1) Bank Negara Indonesia 46 (BNI)
 - 2) Bank Rakyat Indonesia (BRI)
 - 3) Bank Tabungan Negara (BTN)

Sedangkan bank milik pemerintah daerah (Pemda) terdapat di daerah tingkat I dan tingkat II masing-masing Provinsi. Sebagai contoh:

- 1) BPD DKI Jakarta
- 2) BPD Jawa Barat
- 3) BPD Jawa Tengah
- 4) BPD Jawa Timur
- 5) BPD Sumatera Utara

- 6) Dan BPD lainnya.
- b. Bank Milik Swasta Nasional Bank jenis ini seluruh atau sebagian besarnya dimiliki oleh swasta nasional serta akta pendiriannya pun didirikan oleh swasta, begitu pula pembagian keuntungannya untuk keuntungan swasta pula. Contoh bank swasta nasional antara lain:
 - 1) Bank Muamalat
 - 2) Bank Central Asia
 - 3) Bank Bumi Putra
 - 4) Bank Danamon
 - c. Bank Milik Koperasi Kepemilikan saham-saham bank ini dimiliki oleh perusahaan yang berbadan hukum koperasi. Sebagai contoh: Bank Umum Koperasi Indonesia.
 - d. Bank Milik Asing Bank jenis ini merupakan cabang dari bank yang ada di luar negeri, baik milik swasta asing atau pemerintah asing. Jelas kepemilikannya dimiliki oleh pihak luar negeri. Contoh bank Asing antara lain:
 - 1) Deutsche Bank
 - 2) American Express Bank
 - 3) Bank of America
 - 4) Bank of Tokyo
 - 5) Bangkok Bank
 - e. Bank Milik Campuran Kepemilikan saham bank campuran dimiliki oleh pihak asing dan pihak swasta nasional. Kepemilikan sahamnya secara

mayoritas dipegang oleh warga negara Indonesia. Contoh bank campuran antara lain:

- 1) Bank Sakura Swadarma
- 2) Bank Finconesia
- 3) Mitsubishi Buana Bank
- 4) Interpacific Bank

3. Jenis Bank Dilihat dari Segi Status Dilihat dari segi kemampuannya dalam melayani masyarakat, maka bank dapat dibagi ke dalam dua macam. Pembagian jenis ini disebut juga pembagian berdasarkan kedudukan atau status bank tersebut. Kedudukan atau status bank ini menunjukkan ukuran kemampuan bank dalam melayani masyarakat baik dari segi jumlah produk, modal maupun kualitas pelayanannya. Status bank yang dimaksud adalah sebagai berikut:

- a. Bank Devisa Merupakan bank yang dapat melaksanakan transaksi ke luar negeri atau yang berhubungan dengan mata uang asing secara keseluruhan, misalnya transfer keluar negeri, inkaso keluar negeri, *travellers cheque*, pembukaan dan pembayaran *Letter of Credit* dan transaksi lainnya. Persyaratan untuk menjadi bank devisa ini ditentukan oleh Bank Indonesia.
- b. Bank Non Devisa Merupakan bank yang belum mempunyai izin untuk melaksanakan transaksi sebagai bank devisa sehingga tidak dapat melaksanakan transaksi seperti halnya Bank Devisa.

4. Jenis Bank Dilihat dari Cara Menentukan Harga Jenis bank jika dilihat dari segi atau cara dalam menentukan harga baik harga jual maupun harga beli terbagi dalam dua kelompok :
 - a. Bank yang Berdasarkan Prinsip Konvensional Mayoritas bank yang berkembang di Indonesia dewasa ini adalah bank yang berorientasi pada prinsip konvensional. Dalam mencari keuntungan dan menentukan harga kepada para nasabahnya, bank yang berdasarkan prinsip konvensional menggunakan dua metode, yaitu:
 - 1) Menetapkan bunga sebagai harga, baik untuk produk simpanan seperti giro, tabungan maupun deposito. Demikian pula dengan harga untuk produk pinjamannya (kredit) juga ditentukan berdasarkan tingkat suku bunga tertentu. Penentuan harga ini dikenal dengan istilah *based*.
 - 2) Untuk jasa-jasa bank lainnya pihak perbankan barat menggunakan atau menerapkan berbagai biaya-biaya dalam nominal atau persentase tertentu. Sistem pengenaan biaya ini dikenal dengan istilah *fee based*.
 - b. Bank yang Berdasarkan Prinsip Syariah Bank yang berdasarkan prinsip syariah dalam penentuan harga produknya sangat berbeda dengan bank yang berdasarkan prinsip konvensional. Bank berdasarkan hukum islam antara bank dengan pihak lain untuk menyimpan dana atau pembiayaan usaha atau kegiatan perbankan lainnya. Dalam menentukan harga atau mencari keuntungan bagi bank yang berdasarkan prinsip syariah adalah sebagai berikut.
 - 1) Pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil (*mudharabah*)
 - 2) Pembiayaan berdasarkan prinsip penyertaan modal (*misyarakah*)

- 3) Prinsip jual beli barang dengan memperoleh keuntungan (murabahah)
- 4) Pembiayaan barang modal berdasarkan sewa murni tanpa pilihan (ijarah)
- 5) Pemindahan kepemilikan atas barang yang disewa dari pihak bank oleh pihak lain (ijarah wa iqtina)

2.1.1.3 Fungsi Bank

Secara umum, peran utama bank dalam sistem keuangan adalah bertindak sebagai *financial intermediary* (perantara keuangan), yaitu menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali dalam bentuk layanan keuangan untuk memenuhi kebutuhan ekonomi. Fungsi ini terbagi menjadi tiga aspek utama:

a. Penghimpunan Dana

Bank mengumpulkan dana melalui tiga sumber utama :

1. Dana internal, yang berasal dari modal awal pendirian bank
2. Dana masyarakat, yang diperoleh melalui produk simpanan seperti giro, deposito berjangka, dan tabungan
3. Dana institusi keuangan, berupa pinjaman dari lembaga lain seperti kredit likuiditas atau *call money* (pinjaman jangka pendek yang dapat ditarik sewaktu-waktu). Risiko kegagalan bank, seperti likuiditas, seringkali terkait dengan tingginya kredit bermasalah (*non-performing loan/NPL*) dalam portofolio mereka.

b. Penyaluran Dana

Dana yang terkumpul dialokasikan ke Masyarakat melalui :

- Pemberian kredit/pinjaman
- Investasi dalam surat berharga (obligasi, saham)

- Penyertaan modal
 - Pembelian aset produktif
- c. Layanan Jasa Perbankan

Bank juga menyediakan beragam layanan transaksi keuangan, termasuk transfer dana, inkaso (penagihan cek), penerbitan kartu kredit, pengelolaan valuta asing, dan layanan pembayaran digital untuk memfasilitasi kegiatan ekonomi masyarakat.

2.1.2 Pelayanan Digital

2.1.2.1 Pengertian Pelayanan Digital

Berdasarkan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan tentang Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital oleh Bank Umum Nomor 12/POJK.03/2018, layanan perbankan digital adalah suatu bentuk pelayanan keuangan secara elektronik yang dilakukan oleh bank melalui saluran digital yang dimiliki maupun kerja sama dengan pihak lain. Tujuannya adalah untuk meningkatkan efisiensi operasional serta memberikan kenyamanan lebih kepada nasabah. Pada praktiknya, pelayanan digital sektor perbankan merupakan bagian dari transformasi teknologi info yang ditujukan untuk memberikan pelayanan lebih cepat, mudah, dan efisien. Menurut Kurniawan dan Wibowo (2021) pelayanan digital adalah proses penyediaan layanan yang dilakukan oleh bank kepada nasabah melalui platform elektronik yang berbasis internet dan teknologi informasi agar pemenuhan layanan yang bisa diperoleh oleh nasabah secara lebih cepat, mudah, dan memperluas akses pelayanan. Demikian dikatakan oleh Damanik (2020) pelayanan digital adalah pelayanan dengan memanfaatkan teknologi dalam sistem transaksi keuangan

perbankan seperti transfer dan pembayaran non-tunai yang fokus pada kecepatan dan layanan yang memudahkan, baik melalui perangkat atau gadget.

2.1.2.2 *Elektronic Service Quality (E-Servqual)*

E-Service Quality adalah model yang digunakan untuk mengukur kualitas layanan elektronik atau layanan yang berbasis internet, seperti website. *E-commerce*, dan aplikasi digital. Ini penting karena interaksi pelanggan di platform digital sangat berbeda dengan layanan tatap muka. *Service quality* adalah seberapa jauh aplikasi memfasilitasi pelayanan yang efektif dan efisien.

Menurut Puriwat dan Tripopsakul (2017), menjelaskan bahwa *E-Service Quality* adalah kekuatan utama dan keunggulan kompetitif suatu perusahaan yang akan menjadikan keberlanjutan bisnis pada suatu perusahaan.

Bersumber pada Sarigih (2019:193) “*E-Service Quality* yang berkualitas merupakan pelayanan yang berkomitmen pada efisiensi yang tinggi, reliabilitas yang handal, *fulfillment* yang dapat memenuhi harapan pelanggan, privasi yang terjamin, daya tanggap secara cepat dari *Customer Service*, kompensasi yang sesuai dan kontak yang disediakan dan mudah dihubungi terutama untuk melayani complain pelanggan”.

Model *E-Servqual* membantu perusahaan atau penyedia layanan online menilai dan meningkatkan kualitas layanan digital mereka dari sudut pandang pengguna, yang sangat penting untuk kepuasan dan loyalitas pelanggan di era digital.

2.1.2.3 Dimensi E-Service Quality (E-Servqual)

Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Malhotra (2005), *E-SERVQUAL* memiliki beberapa dimensi utama, di antaranya : *Efficiency, System Availability, Fulfillment, Privacy, dan Responsiveness*.

1.) *Efficiency* (Efisiensi)

Penelitian yang dilakukan Ekowati et al. (2018) yang berjudul analisis kualitas layanan website erafone terhadap kepuasan pelanggan menggunakan E-S-Qual dan E-RecsQual. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa Efisiensi (*efficiency*) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan (*satisfaction*).

2.) *Fulfillment* (Pemenuhan)

Penelitian yang dilakukan Ekowati et al. (2018) yang berjudul analisis kualitas layanan website erafone terhadap kepuasan pelanggan menggunakan E-S-Qual dan ERecsQual. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa pemenuhan (*fulfillment*) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan (*satisfaction*). Penelitian yang dilakukan Permana & Djatmiko (2018) dengan judul analisis pengaruh kualitas layanan elektronik (*E-service quality*) terhadap kepuasan pelanggan

3.) *System Availability* (Ketersediaan Sistem)

System availability memiliki fungsi untuk melihat sejauh mana informasi yang diberikan apakah relevan atau tidak bagi pelanggan. Dimensi ini sangat penting dan berpengaruh juga terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian yang dilakukan Ekowati et al. (2018) menunjukkan bahwa ketersediaan sistem

(*system availability*) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan . Penelitian yang dilakukan Permana & Djatmiko (2018) menunjukkan bahwa dimensi *system availability* memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan

4.) *Privacy* (Privasi)

Privacy merupakan dimensi yang memiliki fungsi memberikan rasa aman kepada pelanggan seperti data pribadi pelanggan maupun ketika pelanggan melakukan transaksi. Dimensi ini juga memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan yang menggunakan website atau aplikasi. Penelitian yang dilakukan Ekowati et al. (2018) menunjukkan bahwa privasi (*privacy*) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan (*satisfaction*). Penelitian yang dilakukan Permana & Djatmiko (2018) menunjukkan bahwa dimensi *privacy* memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan Shopee di Bandung. Sedangkan Penelitian yang dilakukan oleh Utami (2017) dengan judul pengaruh kualitas layanan elektronik pada loyalitas elektronik (kepuasan elektronik sebagai variabel mediasi dan kepercayaan yang dirasakan sebagai variabel Kota 24 Sukabumi moderasi), menunjukkan bahwa dimensi *privacy* tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan elektronik.

5.) *Resposiveness* (Resposivitas)

Responsiveness merupakan kemampuan sebuah e-commerce dalam memberikan kemudahan dalam pelayanan secara cepat dan tepat. Daya tanggap ini dapat menumbuhkan persepsi pelanggan yang positif terhadap kualitas layanan yang diberikan. Hal ini termasuk jika terjadi kegagalan atau

keterlambatan pengantaran produk atau hal lainnya. Maka dari itu dimensi ini juga memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna E-commerce.

2.1.3 Nasabah

Nasabah adalah salah satu unsur penting dalam kegiatan perbankan. Secara umum, nasabah bisa diartikan sebagai pihak yang menggunakan produk atau layanan yang disediakan oleh bank, baik untuk keperluan penyimpanan dana, pinjaman, maupun layanan lainnya.

Berdasarkan Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 tentang Perbankan, nasabah didefinisikan sebagai pihak yang menggunakan jasa bank, termasuk mereka yang menempatkan dananya di bank atau menggunakan jasa-jasa lain yang disediakan.

Nasabah merupakan ujung tombak dalam kegiatan operasional perbankan. Tanpa adanya nasabah, bank tidak akan dapat berfungsi sebagaimana mestinya. Nasabah tidak hanya berperan sebagai pengguna layanan, tetapi juga sebagai penyedia dana, penggerak transaksi, dan mitra kepercayaan bagi bank. Itulah mengapa kualitas pelayanan digital sangat penting bagi bank karena kualitas pelayanan merupakan cerminan dari bank itu sendiri.

2.1.3.1 Dimensi Kepercayaan Nasabah

Menurut Arifin & Sutrisno (2020) ada empat dimensi utama yang mempengaruhi kepercayaan nasabah. Yaitu :

1. Kompetensi (*Competence*)

Kemampuan perusahaan atau bank dalam memberikan layanan secara profesional dan memadai. nasabah akan percaya jika bank memiliki pengetahuan, keahlian, dan teknologi yang diperlukan untuk melayani

dengan baik.

2. Integritas (*Integrity*)

Komitmen perusahaan untuk menunjukkan kejujuran, etika, dan konsistensi dalam tindakan serta pernyataannya. Bank dianggap memiliki integritas tinggi jika mereka transparan dalam biaya, tidak menyembunyikan risiko, dan menepati janji layanan.

3. Konsistensi (*Consistency*)

Konsistensi berkaitan erat dengan Kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan secara stabil dan berulang kali dengan kualitas yang sama. Nasabah membangun kepercayaan apabila mereka mendapatkan pengalaman yang seragam setiap kali menggunakan layanan bank.

4. Niat Baik Atau Kepedulian (*Goodwill*)

Persepsi bahwa perusahaan tidak hanya mengejar keuntungan, tetapi juga peduli terhadap kepentingan nasabah. Bank yang memiliki goodwill akan memberikan edukasi, solusi personal, dan perlindungan atas data nasabah.

2.1.4 Hubungan Antara Pelayanan Dan Kepercayaan

Pelayanan yang diberikan oleh bank, khususnya dalam bentuk digital, menjadi faktor kunci untuk membangun dan mempertahankan kepercayaan nasabah. Selain mempengaruhi kepuasan jangka pendek, pelayanan berkualitas ini menciptakan persepsi bahwa bank benar-benar dapat diandalkan, berkomitmen, atau peduli terhadap kebutuhan nasabah.

Menurut Thaichon dan Quach (2015), kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan nasabah pada perusahaan penyedia

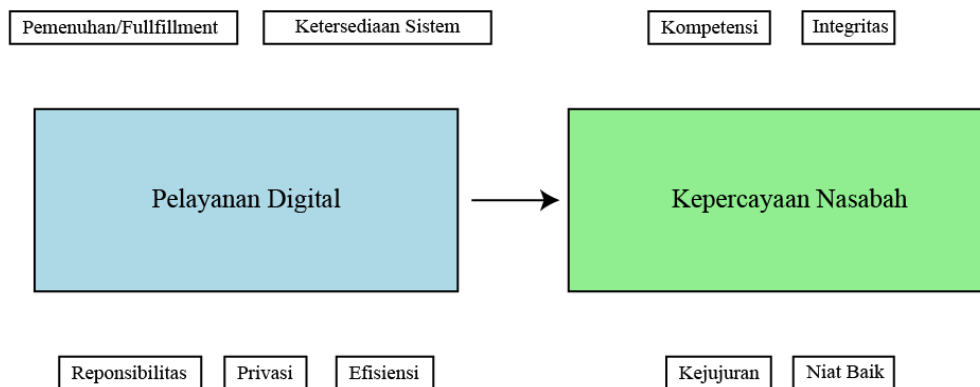
layanan digital. Selanjutnya, Pramana & Jatra (2017) menekankan bahwa kepercayaan ini menjadi mediator penting dalam pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah. Pelayanan yang baik membentuk kepercayaan melalui pengalaman positif yang berulang. Ketika nasabah menerima layanan yang konsisten, cepat, aman, dan sesuai harapan, maka persepsi keandalan dan integritas bank akan terbentuk secara otomatis.

Pelayanan merupakan salah satu media utama bagi nasabah berinteraksi dengan bank. Hal ini semakin terasa relevan pada era digital, ketika layanan dilampai tanpa tatap muka. Promosi pelayanan cepat, tepat, aman, dan komunikatif menciptakan persepsi positif nasabah terhadap kemampuan dan integritas bank, yaitu dasar utama terbentuk kepercayaan. Oleh karena itu, dalam upaya membangun kepercayaan jangka panjang, bank harus konsisten kepada kualitas pelayanan di kanal digital dan konvensional.

2.2 Kerangka Pemikiran

Pelayanan digital adalah transformasi layanan dengan menggunakan teknologi informasi untuk memudahkan dan mempercepat melakukan transaksi terkait keuangan, terjamin keamanannya dan efisiennya. Namun, dalam konteks perbankan syariah, pelayanan digital tidak serta-merta hanya membicarakan efisiensi, melainkan juga etika patuh syariah serta keterbukaan. Bank BSI dengan aplikasi BYOND merepresentasikan layanan digital berstandar teknologi tinggi dan integratif.

Berdasarkan dari uraian-uraian yang telah dibahas di atas, selanjutnya penulis menggambarannya dalam bentuk kerangka berfikir sederhana yaitu sebagai berikut :



Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran
Sumber : Data diolah penulis, tahun 2025

Dari kerangka pemikiran di atas bisa dijelaskan bahwa pelayanan dari aplikasi BYOND Bank BSI akan mempengaruhi persepsi nasabah itu sendiri, yang mana dengan terbentuknya persepsi nasabah yang positif sangat biasa mempengaruhi kepercayaan nasabah dalam hal ini mahasiswa jurusan perbankan dan keuangan, yang mana hal itu akan mempengaruhi terhadap loyalitas nasabah itu sendiri.

2.3 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

| No | Nama/ Tahun/ Judul | Persamaan | Perbedaan | Hasil Penelitian | Sumber |
|----|---|---|--|--|---|
| 1 | Aques Mini Priyantini, (2022). Pengaruh Dimensi <i>Electronic Service Quality (E-Servqual)</i> terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan aplikasi Pos Aja! Di Kabupaten Boyoali | Penelitian ini sama-sama berfokus pada kepuasan dan kepercayaan konsumen pada suatu aplikasi digital. | Fokus penelitian ini hanya pada model <i>E-Servqual</i> dan bukan pada aplikasi perbankan. Sedangkan penelitian yang penulis lakukan pada aplikasi perbankan. | Hasil penelitian menunjukkan bahwa peenerapan E-Servqual berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. | https://epri.nts.iain-surakarta.ac.id/ |
| 2 | Zulyanatunnisa Fathuljannah, (2023). Pengaruh kualitas layanan digital terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah bank syariah Kabupaten Sragen. | Penelitian ini sama-sama berfokus pada kepuasan dan kepercayaan konsumen pada suatu aplikasi digital. | Subjek pada penelitian ini mencakup pada seluruh nasabah di satu bank syariah. Sedangkan subjek penelitian penulis hanya berfokus pada dosen fakultas ekonomi saja | Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan digital berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. | https://epri.nts.iain-surakarta.ac.id/ |
| 3 | Ajeng Fitriani, (2019). Kepercayaan Nasabah Terhadap Bank Syariah | Penelitian ini sama-sama berfokus pada kepuasan dan kepercayaan nasabah suatu bank | Penelitian ini mencakup seluruh faktor yang bisa mempengaruhi kepercayaan nasabah. Sedangkan penelitian penulis hanya | Hasil Penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan Nasabah bias terbentuk karena visi misi bank itu sendiri. | https://repository.metrouniv.ac.id/ |

| No | Nama/ Tahun/ Judul | Persamaan | Perbedaan | Hasil Penelitian | Sumber |
|----|---|--|--|---|--|
| | | | berfokus pada pelayanan digitalnya saja. | | |
| 4 | Andi Mawardi & Hasmawati, A.R (2020), Pengaruh pelayanan Digital Dan Konvensional terhadap Kepuasan Nasabah Bank Sumsel Babel Cabang Prabumulih | Penelitian ini sama-sama berfokus pada kepuasan dan kepercayaan nasabah suatu bank | Subjek penelitian ini berbeda dengan penulis. Yaitu nasabah Bank Sumsel Babel Cabanng Prabumulih | Hasil Penelitian menunjukkan bahwa ada beberapa point variable yang berpengaruh signifikan dan tidak signifikan | Jurnal nasional manajemen pemasaran dan sumber daya manusia. |
| 5 | Meliana Utami, Tati Handayani, Pusporini, (2019). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah. | Penelitian ini sama-sama berfokus pada kepuasan dan kepercayaan nasabah suatu bank | Sampel penelitian ini mencakup seluruh nasabah yang ada di Indonesia | Hasil Penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. | Jurnal nasional manajemen pemasaran dan sumber daya manusia. |

2.4 Hipotesis

Berdasarkan penjelasan tersebut maka dapat ditarik hipotesis untuk penelitian yaitu sebagai berikut :

- **H₁**: Terdapat pengaruh signifikan antara pelayanan digital aplikasi BYOND terhadap kepercayaan nasabah