

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 *Grand Theory*

2.1.1.1 Kualitas Layanan

Kualitas layanan merupakan salah satu faktor penting yang menentukan keberhasilan perusahaan dalam mempertahankan pelanggan. Dalam persaingan bisnis yang semakin ketat, perusahaan dituntut untuk mampu memberikan layanan yang berkualitas agar pelanggan merasa puas dan tetap menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan.

Menurut Lupiyoadi (2018:212), kualitas layanan adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan pelanggan dengan kenyataan pelayanan yang diterima. Apabila layanan yang diterima sesuai atau melebihi harapan pelanggan, maka kualitas layanan dianggap baik. Sebaliknya, apabila pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan harapan pelanggan, maka pelanggan akan merasa kecewa.

Sementara itu, menurut Tjiptono (2019:180), kualitas layanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas layanan tidak hanya dilihat dari hasil pelayanan, tetapi juga dari proses pelayanan yang diberikan kepada pelanggan.

Dalam konteks perbankan digital, kualitas layanan berkaitan dengan kemampuan aplikasi *mobile banking* dalam memberikan kemudahan, kenyamanan, keamanan, serta kecepatan layanan kepada nasabah. Kualitas layanan yang baik pada aplikasi *mobile banking* akan memberikan pengalaman positif bagi pengguna sehingga dapat meningkatkan kepuasan nasabah terhadap layanan perbankan digital.

2.1.1.2 Kualitas Layanan Elektronik (*E-SERVQUAL*)

E-SERVQUAL (*Electronic Service Quality*) merupakan pengembangan dari metode *SERVQUAL* yang digunakan untuk mengukur kualitas layanan berbasis elektronik atau digital. Model ini dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Malhotra untuk mengukur kualitas layanan yang diberikan melalui media elektronik seperti *website*, *internet banking*, dan aplikasi *mobile banking*.

Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Malhotra (2005:213), *E-SERVQUAL* adalah metode yang digunakan untuk mengukur kualitas layanan elektronik berdasarkan persepsi pengguna terhadap pelayanan yang diberikan melalui sistem digital. Model ini digunakan untuk mengetahui sejauh mana layanan elektronik mampu memenuhi kebutuhan dan harapan pengguna secara efektif dan efisien. Dalam penelitian ini, pengukuran kualitas layanan aplikasi *mobile banking* BRImo menggunakan dimensi *E-SERVQUAL* yang terdiri dari:

1. *Efficiency* (Efisiensi)

Merupakan kemampuan aplikasi dalam memberikan kemudahan dan kecepatan kepada pengguna saat mengakses layanan atau melakukan transaksi.

2. *Reliability* (Keandalan)

Merupakan kemampuan aplikasi dalam memberikan layanan yang stabil, konsisten, dan dapat diandalkan tanpa mengalami gangguan sistem.

3. *Fullfilment* (Pemenuhan Layanan)

Merupakan kemampuan aplikasi dalam memenuhi kebutuhan pengguna melalui informasi dan layanan yang sesuai dengan harapan nasabah.

4. *Privacy* (Keamanan/Privasi)

Merupakan kemampuan aplikasi dalam menjaga keamanan transaksi dan melindungi data pribadi pengguna.

5. *Responsiveness* (Daya Tanggap)

Merupakan kemampuan pihak penyedia layanan dalam memberikan respon dan bantuan dengan cepat terhadap kendala yang dialami pengguna.

6. *Compensation* (Kompensasi)

Merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan dalam memberikan solusi atau kompensasi apabila terjadi kesalahan sistem atau kerugian yang dialami pengguna.

7. *Contact*

Merupakan kemudahan pengguna dalam menghubungi layanan pelanggan atau pihak bank ketika mengalami kendala dalam penggunaan aplikasi.

Dimensi-dimensi tersebut digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur kualitas layanan aplikasi *mobile banking* BRImo terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Unit Cisayong.

2.1.2 Mobile Banking

2.1.2.1 Pengertian Mobile Banking

Menurut (Wibowo, 2022) *mobile banking* adalah suatu sistem perbankan yang menggunakan teknologi digital untuk menyediakan layanan perbankan kepada nasabah. Sistem ini memungkinkan nasabah untuk melakukan transaksi perbankan secara online, seperti transfer dana, pembayaran tagihan, dan pengecekan saldo, melalui berbagai platform digital seperti aplikasi mobile, situs web, dan Anjungan Tunai Mandiri (ATM).

Peraturan OJK No.12/POJK.03/2018 Tentang Penyelenggaraan Layanan mobile banking Oleh Bank Umum, yang dikeluarkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK), mendefinisikan mobile banking sebagai layanan perbankan elektronik untuk memungkinkan penggunaan data nasabah sehingga dapat dimanfaatkan sebagai dengan sebaik-baiknya, serta memungkinkan pelayanan dan nasabah lebih mudah, cepat, dan sesuai kebutuhan (*customer experience*), yang dilakukan secara individual dengan tetap memperhatikan pertimbangan keamanan. Digitalisasi bank atau yang sering disebut mobile banking adalah layanan perbankan yang disediakan oleh cabang bank dengan menggunakan kemampuan elektronik / digital. Hal ini memungkinkan nasabah untuk menggunakan mobile banking untuk memperoleh informasi, berkomunikasi, mendaftar, membuka rekening, menutup rekening di bank, memenuhi transaksi produk non - perbankan, dan kebutuhan nasabah perbankan lainnya. Layanan mobile banking adalah layanan e - banking yang dikembangkan menggunakan data nasabah untuk membantu bank lebih cepat dan mudah dalam melayani kebutuhan nasabahnya.

BRIimo tidak hanya sekadar pembaruan aplikasi, tetapi juga merupakan langkah strategis BRI dalam mengintegrasikan berbagai layanan perbankan ke dalam satu platform digital yang lebih canggih. Aplikasi ini dirancang dengan tampilan yang lebih modern serta dilengkapi teknologi terbaru untuk meningkatkan keamanan dan kenyamanan pengguna. Selain itu, BRIimo juga menghadirkan fitur yang lebih lengkap dibandingkan versi sebelumnya, sehingga mampu memenuhi kebutuhan transaksi nasabah secara lebih menyeluruh.

Dengan adanya BRIimo, BRI menunjukkan komitmennya dalam menghadirkan inovasi digital yang mempermudah aktivitas perbankan nasabah. Seluruh layanan

dapat diakses kapan saja dan di mana saja melalui *smartphone*, sehingga menciptakan pengalaman transaksi yang lebih praktis, efektif, dan efisien.

2.1.3 Aplikasi *Mobile Banking* Brimo

BRImo merupakan aplikasi mobile banking yang dikembangkan oleh PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk sebagai bagian dari transformasi digital dalam meningkatkan kualitas layanan perbankan. Aplikasi ini merupakan pengembangan dari BRI Mobile yang pertama kali diluncurkan pada tahun 2012, kemudian disempurnakan menjadi BRImo pada tahun 2019 dengan menghadirkan fitur yang lebih lengkap, tampilan yang lebih modern, serta sistem keamanan yang lebih canggih seperti login biometrik (*fingerprint* dan *face recognition*). Kehadiran BRImo menjadi upaya BRI dalam memberikan layanan perbankan yang lebih praktis dan efisien bagi nasabah di era digital.

Secara umum, BRImo dapat diartikan sebagai layanan perbankan berbasis aplikasi digital yang memungkinkan nasabah untuk melakukan berbagai transaksi keuangan secara mandiri melalui *smartphone*, seperti transfer, pembayaran, pembelian, hingga pembukaan rekening secara online tanpa harus datang ke kantor bank. Menurut Tjiptono (2019:186), kualitas layanan berbasis elektronik (*e-service quality*) merupakan kemampuan suatu sistem dalam menyediakan layanan yang efektif, efisien, dan mampu memenuhi kebutuhan pengguna melalui media digital. Oleh karena itu, kualitas aplikasi BRImo dapat dilihat dari kemudahan penggunaan, kecepatan sistem, keandalan fitur, serta tingkat keamanan yang diberikan kepada nasabah dalam bertransaksi.

2.1.3.1 Indikator Kualitas Aplikasi Mobile Banking Brimo

Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Malhotra (2005:213), kualitas layanan dalam konteks digital dapat diukur menggunakan pendekatan E-SERVQUAL (*Electronic Service Quality*), yang merupakan pengembangan dari model SERVQUAL untuk layanan berbasis elektronik. E-SERVQUAL digunakan untuk mengukur kualitas layanan yang disampaikan melalui media digital, seperti aplikasi *mobile banking* dan *internet banking*.

Dimensi dalam E-SERVQUAL digunakan untuk mengukur kualitas layanan berbasis elektronik, seperti aplikasi *mobile banking*. Pengukuran ini mencakup aspek kemudahan penggunaan, keandalan sistem, kecepatan akses, keamanan transaksi, serta interaksi antara pengguna dengan sistem.

Dimensi-dimensi tersebut digunakan sebagai indikator dalam mengukur variabel kualitas aplikasi *mobile banking* BRImo (X) dalam penelitian ini.

1. *Efficiency* (Efisiensi)

Efficiency merupakan kemampuan aplikasi dalam memberikan kemudahan serta kecepatan layanan kepada pengguna. Indikator pada dimensi ini meliputi:

- a) Menu dan fitur dalam aplikasi mudah dipahami
- b) Proses transaksi dapat dilakukan dengan cepat

2. *Reability*

Reliability menunjukkan kemampuan aplikasi dalam memberikan layanan yang stabil, konsisten, dan dapat diandalkan setiap saat. Indikator pada dimensi ini meliputi:

- a) Sistem dapat diakses setiap saat tanpa kendala
- b) Fitur dalam aplikasi berfungsi dengan baik

3. *Fulfillment* (Pemenuhan Layanan)

Fulfillment merupakan kemampuan aplikasi dalam memenuhi kebutuhan pengguna dengan menyediakan layanan dan informasi yang sesuai. Indikator pada dimensi ini meliputi:

- a) Informasi saldo dan mutasi ditampilkan secara akurat
- b) Layanan dalam aplikasi sesuai dengan kebutuhan nasabah

4. *Privacy* (Keamanan/Privasi)

Privacy menunjukkan kemampuan aplikasi dalam menjaga keamanan transaksi serta melindungi data pribadi pengguna. Indikator pada dimensi ini meliputi:

- a) Tersedia fitur keamanan seperti PIN, OTP, dan biometrik
- b) Nasabah percaya terhadap keamanan aplikasi BRImo

5. *Responsiveness* (Daya Tanggap)

Responsiveness berkaitan dengan kecepatan pihak penyedia layanan dalam merespons kebutuhan maupun keluhan pengguna. Indikator pada dimensi ini meliputi:

- a) Keluhan pengguna ditangani dengan cepat
- b) Informasi bantuan dalam aplikasi mudah dipahami

6. *Compensation* (Kompensasi)

Compensation menunjukkan bentuk tanggung jawab perusahaan apabila terjadi kesalahan atau kerugian yang dialami pengguna. Indikator pada dimensi ini meliputi:

- a) Memberikan kompensasi jika terjadi kesalahan transaksi
- b) Memberikan Solusi yang adil atas kerugian pengguna

7. *Contact*

Contact merupakan kemudahan akses pengguna dalam menghubungi pihak penyedia layanan pelanggan. Indikator pada dimensi ini meliputi:

- a) Pengguna mudah menghubungi layanan pelanggan
- b) Tersedia layanan bantuan *call center*

2.1.3.2 Manfaat Penggunaan *Mobile Banking*

Tujuan utama dari penerapan *mobile banking* adalah untuk meningkatkan efisiensi operasional, memperluas akses layanan keuangan, serta menciptakan pengalaman pelanggan yang unggul. Berikut beberapa manfaatnya:

1. Kemudahan dan Aksesibilitas

Nasabah dapat melakukan transaksi kapan saja dan di mana saja tanpa batas waktu dan lokasi. Ini menjawab kebutuhan Masyarakat modern yang dinamis dan mobile.

2. Efisiensi Operasional bagi Bank

Mobile banking mengurangi kebutuhan akan transaksi tatap muka, sehingga menurunkan biaya operasional seperti biaya SDM, listrik, dan perawatan kantor cabang.

3. Peningkatan Daya Saing dan Inovasi Produk

Bank yang berhasil mengadopsi mobile banking dapat lebih fleksibel dalam mengembangkan produk-produk baru seperti *digital lending*, *e-wallet*, dan fitur pembayaran QR.

4. Peningkatan *Customer Experience*

Dengan interface yang mudah digunakan dan fitur yang lengkap, mobile banking memberikan pengalaman yang menyenangkan dan personal kepada nasabah.

5. Peningkatan Inklusi Keuangan

Layanan digital menjangkau masyarakat di daerah terpencil yang sebelumnya sulit dijangkau kantor fisik bank, mendukung program OJK dan BI dalam inklusi keuangan.

2.1.3.3 Tantangan dan Risiko Kualitas Aplikasi Mobile Banking

Menurut Otoritas Jasa Keuangan melalui POJK No. 38/POJK.03/2016 tentang Penerapan Manajemen Risiko dalam Penggunaan Teknologi Informasi oleh Bank Umum, penggunaan teknologi informasi dalam perbankan, termasuk aplikasi *mobile banking*, memiliki berbagai risiko yang dapat memengaruhi kualitas sistem dan layanan kepada nasabah.

OJK menegaskan bahwa bank wajib memastikan keandalan, keamanan, dan ketersediaan sistem teknologi informasi agar dapat mendukung kegiatan operasional secara optimal. Oleh karena itu, kualitas aplikasi *mobile banking* menjadi aspek penting yang harus dikelola dengan baik. Beberapa tantangan tersebut di antaranya sebagai berikut:

1. Kualitas Sistem

Gangguan sistem seperti *error*, *bug*, atau aplikasi yang tidak dapat diakses merupakan salah satu risiko utama dalam penggunaan teknologi informasi. Hal ini termasuk dalam risiko operasional yang dapat mengganggu kelancaran

layanan perbankan. Apabila sistem tidak berjalan dengan baik, maka kepercayaan dan kepuasan nasabah akan menurun.

2. Keamanan Aplikasi

Keamanan menjadi faktor krusial dalam kualitas aplikasi *mobile banking*. Ancaman seperti *hacking*, *phishing*, dan kebocoran data merupakan risiko yang harus diantisipasi oleh bank. OJK menekankan bahwa bank wajib menerapkan sistem pengamanan yang memadai, seperti enkripsi dan autentikasi berlapis, guna melindungi data dan transaksi nasabah.

3. Kinerja Aplikasi

Kinerja aplikasi yang lambat, seperti loading lama atau kegagalan transaksi, menunjukkan kualitas sistem yang kurang optimal. Hal ini termasuk dalam risiko teknologi informasi yang dapat menghambat pelayanan kepada nasabah.

4. Ketersediaan Layanan

Ketersediaan sistem merupakan aspek penting dalam kualitas aplikasi. Aplikasi yang sering mengalami downtime atau tidak dapat diakses menunjukkan rendahnya kualitas layanan digital. OJK menyatakan bahwa sistem teknologi informasi harus selalu tersedia sesuai dengan kebutuhan operasional bank. Oleh karena itu, bank perlu menyediakan infrastruktur yang andal serta sistem cadangan (*backup system*).

5. Kemudahan Penggunaan

Kemudahan penggunaan merupakan salah satu indikator penting dalam kualitas aplikasi. Aplikasi yang mudah dipahami dan digunakan akan memberikan pengalaman yang lebih baik bagi nasabah.

2.1.4 Kepuasan Nasabah

2.1.4.1 Pengertian Kepuasan Nasabah

Saat ini, kepuasan nasabah menjadi perhatian utama bagi berbagai pihak, termasuk pemerintah, pelaku bisnis, dan konsumen. Hal ini disebabkan oleh semakin meningkatnya pemahaman mengenai pentingnya kepuasan nasabah sebagai strategi dalam memenangkan persaingan di dunia usaha. Kepuasan nasabah dapat diartikan sebagai perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah seseorang membandingkan kinerja atau hasil yang diterima dengan harapan yang dimilikinya. Kepuasan pelanggan diukur dari seberapa besar harapan pelanggan terhadap suatu produk atau layanan dapat terpenuhi sesuai dengan kinerja aktual yang diberikan perusahaan. Kepuasan merupakan suatu tingkatan di mana kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan dapat terpenuhi, sehingga mendorong terjadinya pembelian ulang atau terciptanya loyalitas yang berkelanjutan.

Menurut Jill Griffin (2016), kepuasan pelanggan merupakan kondisi di mana kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan dapat terpenuhi secara konsisten, sehingga mendorong terbentuknya loyalitas. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan tidak hanya berdampak pada persepsi sesaat, tetapi juga berpengaruh terhadap perilaku pelanggan dalam jangka panjang.

Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Wijatmoko et al. (2025) menunjukkan bahwa dalam konteks penggunaan aplikasi *mobile banking* BRImo, kepuasan nasabah dipengaruhi oleh persepsi kegunaan, kemudahan penggunaan, dan kualitas layanan yang diberikan. Hasil penelitian tersebut mengindikasikan bahwa kepuasan nasabah terjadi ketika aplikasi mampu memberikan manfaat nyata, mudah digunakan, serta memiliki kualitas layanan yang baik.

2.1.4.2 Indikator Kepuasan Nasabah

Menurut Philip Kotler dan Keller (2019:138), kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja suatu produk atau jasa dengan harapan sebelumnya. Jika kinerja produk atau layanan melebihi harapan, maka pelanggan akan sangat puas. Jika sebaliknya, maka pelanggan akan kecewa.

Dalam konteks layanan perbankan, dimensi dan indikator kepuasan nasabah menurut Kotler dan Keller sebagai berikut:

1. Kinerja Produk

Kinerja produk merupakan penilaian nasabah terhadap kemampuan layanan digital dalam memenuhi kebutuhan dan harapan. Indikator pada dimensi ini meliputi:

- a) Layanan digital memenuhi harapan nasabah.
- b) Nasabah merasa hasil layanan sesuai harapan.

2. Kenyamanan Penggunaan

Kenyamanan penggunaan berkaitan dengan kemudahan nasabah saat menggunakan aplikasi atau layanan digital. Indikator pada dimensi ini meliputi:

- a) Nasabah merasa nyaman menggunakan aplikasi.
- b) Desain dan navigasi mudah dipahami.

3. Kepercayaan dan Keamanan

Dimensi ini menunjukkan tingkat rasa aman dan kepercayaan nasabah terhadap layanan yang digunakan. Indikator pada dimensi ini meliputi:

- a) Nasabah merasa aman saat bertransaksi.
- b) Data pribadi terlindungi dengan baik.

4. Loyalitas Potensial

Loyalitas potensial menggambarkan kemungkinan nasabah untuk terus menggunakan layanan dan merekomendasikannya kepada orang lain. Indikator pada dimensi ini meliputi:

- a) Bersedia terus menggunakan mobile banking.
- b) Akan merekomendasikan kepada orang lain.

5. Keluhan dan Penanganan

Dimensi ini berkaitan dengan frekuensi keluhan nasabah serta kualitas penanganan keluhan yang diberikan. Indikator pada dimensi ini meliputi:

- a) Nasabah jarang mengeluh.
- b) Jika mengeluh, penanganannya cepat dan memuaskan.

2.1.4.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah

Menurut Tjiptono (2019:378), terdapat beberapa faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan, yaitu sebagai berikut:

a. Kualitas Produk

Kualitas produk berkaitan dengan kemampuan suatu produk atau jasa dalam memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Semakin baik kualitas yang diberikan, maka tingkat kepuasan pelanggan juga akan semakin tinggi.

b. Kualitas Layanan

Kualitas layanan merupakan tingkat keunggulan layanan yang diberikan kepada pelanggan. Dalam konteks perbankan digital, kualitas layanan mencakup kemudahan penggunaan aplikasi, kecepatan sistem, serta keandalan layanan yang dapat memengaruhi kepuasan nasabah.

c. Harga

Harga menjadi salah satu faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan, terutama terkait dengan kesesuaian antara biaya yang dikeluarkan dengan manfaat yang diperoleh. Pelanggan akan merasa puas apabila harga yang dibayar sebanding dengan kualitas layanan yang diterima.

d. Faktor Emosional

Faktor emosional berkaitan dengan perasaan bangga, percaya, dan nyaman yang dirasakan pelanggan saat menggunakan suatu produk atau jasa. Pengalaman positif akan meningkatkan kepuasan pelanggan secara keseluruhan.

e. Kemudahan Akses

Kemudahan dalam memperoleh atau menggunakan suatu layanan juga menjadi faktor penting. Dalam layanan mobile banking, kemudahan akses dapat berupa kemudahan dalam mengoperasikan aplikasi, melakukan transaksi, serta mengakses fitur-fitur yang tersedia.

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti, Tahun, Tempat Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian	Sumber
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
1	Dyah Paramitha & Yanti (2025) “Analisis Persepsi Masyarakat Lingkungan Sweta Timur Terhadap Penggunaan Aplikasi Brimo sebagai Layanan Keuangan di Era Transformasi Digital”	Meneliti penggunaan aplikasi BRImo.	Menggunakan metode kualitatif (bukan kuantitatif)..	BRImo dinilai memberikan kemudahan, kecepatan, dan meningkatkan efisiensi transaksi.	JMBI UNSRAT, Vol. 12 No. 3, ISSN: 2338-4558
2	Wijatmoko, Mirati, & Purwaningrum (2024) “Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan, dan Kualitas Layanan pada Mobile Banking BRImo terhadap Kepuasan Nasabah”	Meneliti kepuasan nasabah terhadap penggunaan aplikasi mobile banking (BRImo).	Menambahkan variabel persepsi kegunaan, kemudahan, dan kualitas layanan, serta dilakukan pada objek penelitian yang berbeda.	Persepsi kegunaan dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna BRImo.	Indonesian Journal of Economy, Business, Entrepreneurship and Finance, Vol. 2, No. 1 e-ISSN: 2776-6187
3	Pitriani & Yuliantari (2024) “Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengguna BRImo”	meneliti kepuasan penggunaan aplikasi BRImo	memiliki perbedaan pada variabel kemudahan & layanan.	Secara simultan kedua variable berpengaruh terhadap kepuasan pengguna.	Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 4 No. 2, ISSN: 2774-7077

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
4	Rudiansyah dkk. (2024) “Pengaruh Kualitas Keamanan, Fleksibilitas, dan User Interface terhadap Kepuasan Nasabah dalam Menggunakan BRImo”	Meneliti kepuasan nasabah terhadap penggunaan BRImo.	Fokus pada keamanan, fleksibilitas, dan tampilan aplikasi.	Semua variabel berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.	Jurnal COSTIN G (Economic, Business and Accounting), Vol. 7, No. 1, ISSN: 2597-5234
5	Dina, Sari, & Santika (2024) “Analisis Kualitas Layanan dan Kemudahan Bertransaksi Mobile Banking (BRImo) terhadap Kepuasan Nasabah Bank Rakyat Indonesia”	Meneliti kepuasan nasabah pengguna BRImo.	memiliki perbedaan pada variabel independen yang digunakan	Kualitas layanan dan kemudahan transaksi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.	Jurnal Mahasiswa Akuntansi Poltekba, Vol. 6 No. 1, ISSN: 2656-4786
6	Hasyim dkk. (2023) “Pengaruh Kualitas Layanan BRI Mobile terhadap Kepuasan Nasabah”	Meneliti kepuasan nasabah terhadap penggunaan mobile banking.	Hanya berfokus pada variabel kualitas layanan tanpa variabel tambahan lainnya.	Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna mobile banking.	Jurnal Manajemen dan Sains, Vol. 8, No. 1, e-ISSN: 2541-6243

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
7	Kasengkang dkk. (2023) “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan BRImo terhadap Kepuasan Nasabah”	meneliti kepuasan nasabah pengguna aplikasi BRImo	Menambahk n variabel kualitas produk	Kualitas produk dan layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah	Jurnal EMBA, Vol. 11 No. 1, ISSN: 2303-1174
8	Ruslan dkk. (2023) “Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah dalam Menggunakan BRI Mobile (BRImo)”	meneliti kepuasan nasabah BRImo.	Fokus pada kualitas layanan dan kepercayaan.	Kualitas layanan dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.	Jurnal Akuntansi, Vol. 8 No. 1, ISSN: 2338-9753
9	Marhaendra & Permatasari (2022) “Pengaruh E-Service Quality dan E-Trust terhadap E-Customer Satisfaction pada Pengguna BRImo”	meneliti kepuasan pengguna BRImo	Fokus pada e-service quality dan e-trust.	E-service quality dan e-trust berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna.	Jurnal Aplikasi Bisnis, Vol. 8 No. 1, ISSN: 2407-5523
10	Cahya dkk. (2021) “Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah dalam Menggunakan BRImo”	meneliti kepuasan nasabah pengguna BRImo	Fokus pada variabel keamanan, fleksibilitas, dan tampilan aplikasi (<i>user interface</i>).	Kualitas layanan dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah	Jurnal Akuntansi dan Keuangan, Vol. 8, No. 2, p- ISSN: 2301-4717

2.3 Kerangka Pemikiran

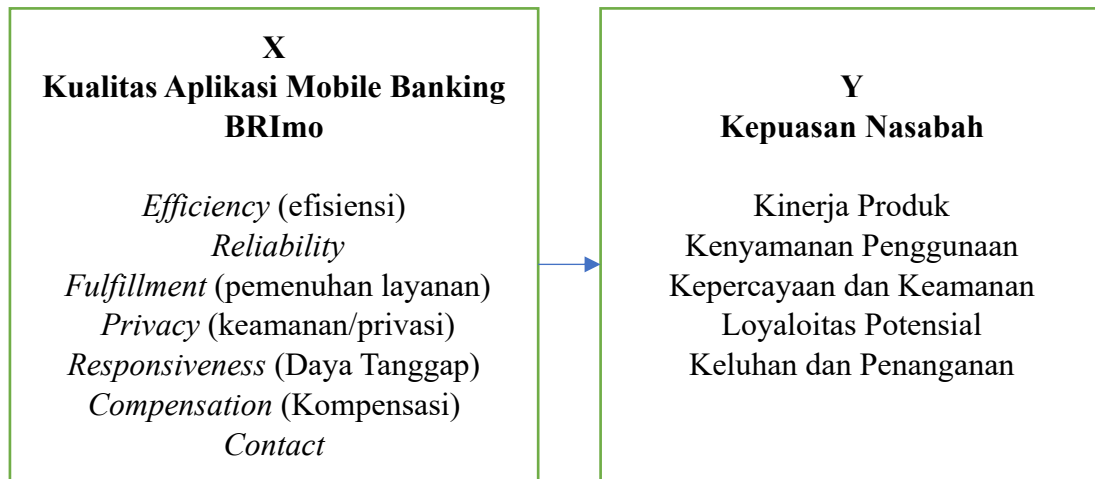
Kualitas layanan merupakan salah satu faktor penting yang dapat memengaruhi tingkat kepuasan nasabah. Menurut Tjiptono (2019:238), kualitas layanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dalam konteks layanan digital, kualitas tidak hanya dilihat dari interaksi langsung, tetapi juga dari kualitas sistem atau aplikasi yang digunakan.

Dalam industri perbankan, perkembangan teknologi mendorong bank untuk menyediakan layanan berbasis digital melalui aplikasi *mobile banking*. Salah satu layanan tersebut adalah aplikasi BRImo yang dikembangkan oleh PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Aplikasi ini memungkinkan nasabah untuk melakukan berbagai transaksi secara cepat, mudah, dan efisien.

Kualitas aplikasi *mobile banking* BRImo dalam penelitian ini diposisikan sebagai variabel independen (X) yang diukur melalui beberapa dimensi, yaitu *efficiency* (efisiensi), *Reliability*, *fulfillment* (pemenuhan layanan), *privacy* (keamanan), *responsiveness* (daya tanggap), *Compensation* (Kompensasi) dan *contact*. Dimensi-dimensi tersebut mencerminkan kualitas layanan digital yang dirasakan oleh nasabah.

Sementara itu, kepuasan nasabah sebagai variabel dependen (Y) merupakan respon yang muncul setelah nasabah menggunakan layanan dan membandingkan antara harapan dengan kinerja yang dirasakan. Kepuasan nasabah dapat diukur melalui indikator seperti kinerja produk, kenyamanan penggunaan, kepercayaan dan keamanan, loyalitas, serta penanganan keluhan.

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran



2.4 Hipotesis

Menurut Sugiyono (2022:63) hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan dan belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Oleh karena itu, hipotesis dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian yang masih perlu dibuktikan kebenarannya melalui penelitian. Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan, maka penulis merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H_0 : Kualitas aplikasi mobile banking BRImo (X) tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah (Y) pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Unit Cisayong.

H_1 : Kualitas aplikasi mobile banking BRImo (X) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah (Y) pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Unit Cisayong.