

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka merupakan landasan teoritis yang digunakan untuk menjelaskan konsep-konsep yang berkaitan dengan variabel penelitian serta sebagai dasar dalam menyusun kerangka pemikiran dan merumuskan hipotesis. Pada penelitian ini, tinjauan pustaka meliputi pembahasan mengenai kualitas layanan digital sebagai variabel independen, kepuasan nasabah sebagai variabel dependen, serta *Expectancy Confirmation Theory* (ECT) sebagai teori yang menjelaskan hubungan antara kedua variabel tersebut. Selain itu, penelitian ini juga mengkaji hasil-hasil penelitian terdahulu yang relevan guna memperkuat dasar empiris penelitian.

2.1.1 Kualitas Layanan Digital

Menurut Kotler dan Keller (2016:156), kualitas layanan merupakan kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang mampu memenuhi atau bahkan melebihi harapan pelanggan. Kualitas layanan menjadi salah satu faktor yang menentukan keberhasilan suatu organisasi dalam menciptakan kepuasan pelanggan karena mencerminkan tingkat kesesuaian antara layanan yang diberikan dengan kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan. Semakin baik kualitas layanan yang diterima pelanggan, maka semakin besar peluang terciptanya kepuasan serta hubungan jangka panjang antara pelanggan dengan perusahaan.

Kualitas layanan digital merupakan salah satu konsep penting dalam perkembangan layanan berbasis teknologi, khususnya pada sektor perbankan. Perkembangan teknologi informasi telah mendorong transformasi sistem pelayanan dari layanan konvensional menuju layanan digital yang memungkinkan nasabah memperoleh layanan secara lebih cepat, mudah, aman, dan efisien. Dalam industri perbankan, kualitas layanan digital menjadi salah satu faktor yang menentukan keberhasilan penyelenggaraan layanan karena berkaitan dengan pengalaman nasabah dalam menggunakan layanan perbankan digital, termasuk melalui aplikasi BRImo.

Kualitas layanan digital tidak hanya menekankan pada kemampuan teknologi dalam menyediakan layanan, tetapi juga pada kemampuan sistem dalam memenuhi harapan pengguna melalui kemudahan penggunaan, keandalan sistem, keamanan transaksi, serta efisiensi pelayanan. Oleh karena itu, pembahasan mengenai kualitas layanan digital dalam penelitian ini meliputi pengertian serta dimensi yang digunakan sebagai dasar dalam mengukur variabel penelitian.

2.1.1.1 Pengertian Kualitas Layanan Digital

Menurut Tjiptono dan Chandra (2016:59), kualitas layanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan pelanggan serta kemampuan perusahaan dalam mempertahankan tingkat keunggulan tersebut secara konsisten. Sementara itu, Lupiyoadi (2018:216) menyatakan bahwa kualitas layanan merupakan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan

melalui penyampaian layanan yang tepat sehingga mampu memberikan nilai bagi pelanggan.

Seiring dengan perkembangan teknologi informasi, konsep kualitas layanan berkembang menjadi kualitas layanan digital (*digital service quality*). Menurut Laukkanen (2020), kualitas layanan digital merupakan persepsi pengguna terhadap kemampuan layanan berbasis teknologi dalam memberikan pelayanan yang efektif, efisien, aman, andal, serta mampu memenuhi kebutuhan pengguna selama memanfaatkan layanan digital.

Dalam konteks perbankan, kualitas layanan digital mencerminkan kemampuan sistem perbankan digital dalam menyediakan layanan yang mudah digunakan, memiliki keandalan sistem yang baik, menjamin keamanan data dan transaksi, serta mampu memberikan pelayanan secara efisien. Persepsi nasabah terhadap kualitas layanan tersebut menjadi dasar dalam mengevaluasi kualitas pelayanan yang diberikan oleh bank melalui media digital.

Pendapat tersebut diperkuat oleh Bahri dan Marlina (2024) yang menyatakan bahwa kualitas layanan digital merupakan kemampuan layanan berbasis teknologi dalam memberikan pelayanan yang efektif, efisien, aman, serta mudah digunakan oleh pengguna. Selain itu, Prasetyo dan Nainggolan (2024) menjelaskan bahwa kualitas layanan digital berkaitan dengan persepsi pengguna terhadap kemudahan penggunaan aplikasi, keandalan sistem, keamanan transaksi, kecepatan layanan, serta efisiensi sistem dalam mendukung aktivitas pengguna.

Berdasarkan berbagai pendapat tersebut, dapat dipahami bahwa kualitas layanan digital merupakan persepsi pengguna terhadap kemampuan suatu layanan berbasis teknologi dalam memberikan pelayanan yang mudah digunakan, memiliki sistem yang andal, menjamin keamanan transaksi, serta mampu memberikan efisiensi dalam memenuhi kebutuhan pengguna. Dalam penelitian ini, kualitas layanan digital diartikan sebagai persepsi nasabah terhadap kemampuan aplikasi BRImo dalam menyediakan layanan perbankan digital yang mudah digunakan, memiliki sistem yang andal, menjamin keamanan transaksi, serta memberikan efisiensi dalam mendukung aktivitas perbankan. Definisi tersebut mengacu pada konsep yang dikemukakan oleh Laukkanen (2020) dan digunakan sebagai dasar dalam menentukan dimensi serta indikator penelitian.

2.1.1.2 Dimensi Kualitas Layanan Digital

Menurut Laukkanen (2020), kualitas layanan digital dapat diukur melalui beberapa dimensi yang mencerminkan kemampuan layanan berbasis teknologi dalam memenuhi kebutuhan dan harapan pengguna. Dimensi-dimensi tersebut digunakan untuk menilai persepsi pengguna terhadap kualitas layanan digital yang diberikan oleh suatu organisasi. Dalam penelitian ini, kualitas layanan digital pada aplikasi BRImo diukur melalui empat dimensi, yaitu *Ease of Use*, *Reliability*, *Security*, dan *Efficiency*.

1. Kemudahan Penggunaan (*Ease of Use*)

Ease of Use merupakan tingkat kemudahan yang dirasakan pengguna dalam mempelajari, memahami, dan mengoperasikan layanan digital. Dimensi ini menunjukkan bahwa suatu aplikasi harus mudah digunakan sehingga pengguna

dapat melakukan berbagai aktivitas tanpa mengalami kesulitan. Dalam konteks BRI_{Mo}, kemudahan penggunaan tercermin dari kemudahan nasabah dalam memahami fitur-fitur aplikasi, mengakses menu layanan, serta melakukan transaksi perbankan secara digital.

2. Keandalan Sistem (*Reliability*)

Reliability merupakan kemampuan sistem dalam memberikan layanan secara konsisten, akurat, dan dapat diandalkan. Dimensi ini mencerminkan kemampuan aplikasi untuk berfungsi dengan baik serta memproses transaksi secara tepat tanpa mengalami gangguan yang berarti. Pada aplikasi BRI_{Mo}, keandalan sistem ditunjukkan melalui kelancaran proses transaksi, ketepatan informasi yang ditampilkan, serta stabilitas sistem selama aplikasi digunakan.

3. Keamanan (*Security*)

Security merupakan kemampuan layanan digital dalam melindungi data pribadi, informasi, dan transaksi pengguna dari berbagai risiko penyalahgunaan. Keamanan menjadi aspek penting dalam layanan perbankan digital karena berkaitan dengan kepercayaan nasabah terhadap sistem yang digunakan. Pada aplikasi BRI_{Mo}, dimensi ini tercermin melalui perlindungan terhadap data pengguna, keamanan proses transaksi, serta sistem pengamanan akun nasabah.

4. Efisiensi Layanan (*Efficiency*)

Efficiency merupakan kemampuan layanan digital dalam memberikan pelayanan secara cepat, praktis, dan mampu menghemat waktu pengguna. Dimensi ini menunjukkan sejauh mana aplikasi dapat membantu pengguna

menyelesaikan aktivitas transaksi secara efektif tanpa memerlukan proses yang rumit. Dalam penggunaan BRI^{Mo}, efisiensi layanan tercermin dari kecepatan akses aplikasi, kecepatan penyelesaian transaksi, serta kemudahan nasabah dalam melakukan berbagai layanan perbankan secara digital.

Berdasarkan dimensi yang dikemukakan oleh Laukkanen (2020), kualitas layanan digital dalam penelitian ini diukur melalui empat dimensi, yaitu *Ease of Use*, *Reliability*, *Security*, dan *Efficiency*. Keempat dimensi tersebut digunakan sebagai dasar dalam menyusun indikator penelitian yang selanjutnya dioperasionalkan ke dalam item-item kuesioner untuk mengukur persepsi nasabah terhadap kualitas layanan digital aplikasi BRI^{Mo}.

2.1.2 Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah merupakan salah satu konsep penting dalam bidang pemasaran dan manajemen jasa karena mencerminkan hasil evaluasi nasabah terhadap layanan yang diterima. Tingkat kepuasan nasabah menjadi indikator keberhasilan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Dalam industri perbankan, kepuasan nasabah memiliki peran yang penting karena dapat memengaruhi loyalitas, kepercayaan, serta keberlanjutan hubungan antara bank dan nasabah. Oleh karena itu, pemahaman mengenai konsep dan dimensi kepuasan nasabah diperlukan sebagai landasan dalam menjelaskan variabel dependen pada penelitian ini.

2.1.2.1 Pengertian Kepuasan Nasabah

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2016:153), kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul setelah membandingkan antara kinerja produk atau layanan yang dirasakan dengan harapannya. Apabila kinerja yang diterima sesuai atau melebihi harapan, pelanggan akan merasa puas. Sebaliknya, apabila kinerja yang diterima berada di bawah harapan, pelanggan akan mengalami ketidakpuasan. Konsep tersebut menunjukkan bahwa kepuasan merupakan hasil dari proses evaluasi terhadap pengalaman penggunaan suatu produk atau layanan.

Dalam penelitian ini, konsep kepuasan nasabah mengacu pada pendapat Lestari dan Nugroho (2022) yang menyatakan bahwa kepuasan nasabah merupakan tingkat perasaan senang atau kecewa yang dirasakan nasabah setelah membandingkan antara harapan dengan kinerja layanan yang diterima. Kepuasan nasabah terbentuk ketika layanan yang diberikan mampu memenuhi kebutuhan, keinginan, dan harapan pengguna secara optimal sehingga memberikan pengalaman yang positif dalam menggunakan layanan tersebut.

Pendapat tersebut diperkuat oleh Ananda dan Amelia (2024) yang menyatakan bahwa kepuasan nasabah merupakan hasil evaluasi pengguna terhadap pengalaman menggunakan layanan digital, yang dipengaruhi oleh kemudahan penggunaan aplikasi, keamanan transaksi, kecepatan layanan, serta keandalan sistem. Dalam konteks perbankan digital, kepuasan nasabah tidak hanya dipengaruhi oleh hasil transaksi yang diperoleh, tetapi juga oleh pengalaman pengguna selama berinteraksi dengan layanan digital yang disediakan oleh bank.

Berdasarkan berbagai pendapat tersebut, dapat dipahami bahwa kepuasan nasabah merupakan tingkat perasaan yang muncul setelah pengguna membandingkan harapan dengan kinerja layanan yang diterima. Dalam penelitian ini, kepuasan nasabah diartikan sebagai tingkat kepuasan yang dirasakan oleh nasabah pengguna aplikasi BRI^{mo} setelah mengevaluasi pengalaman menggunakan layanan perbankan digital yang disediakan oleh PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Unit Sukahaji Majalengka. Definisi tersebut mengacu pada konsep yang dikemukakan oleh Lestari dan Nugroho (2022) dan digunakan sebagai dasar dalam menentukan dimensi serta indikator kepuasan nasabah pada penelitian ini.

2.1.2.2 Dimensi Kepuasan Nasabah

Menurut Lestari dan Nugroho (2022), kepuasan nasabah dapat diukur melalui beberapa dimensi yang mencerminkan hasil evaluasi nasabah terhadap layanan yang diterima setelah proses penggunaan. Dimensi-dimensi tersebut digunakan untuk menilai sejauh mana layanan yang diberikan mampu memenuhi harapan serta memberikan pengalaman yang positif kepada nasabah. Dalam penelitian ini, kepuasan nasabah diukur melalui empat dimensi, yaitu Kesesuaian Harapan (*Expectation Conformity*), Kepuasan Keseluruhan (*Overall Satisfaction*), Minat Menggunakan Kembali (*Repurchase Intention*), dan Kesiediaan Merekomendasikan (*Willingness to Recommend*).

1. Kesesuaian Harapan

Kesesuaian harapan merupakan tingkat kesesuaian antara harapan nasabah sebelum menggunakan layanan dengan kinerja layanan yang dirasakan setelah

penggunaan. Dimensi ini menunjukkan bahwa kepuasan akan tercipta apabila layanan yang diterima mampu memenuhi atau melampaui harapan nasabah. Dalam penggunaan BRImo, kesesuaian harapan tercermin dari kemampuan aplikasi dalam memberikan layanan sesuai dengan kebutuhan dan ekspektasi nasabah.

2. Kepuasan Keseluruhan

Kepuasan keseluruhan merupakan penilaian menyeluruh nasabah terhadap pengalaman menggunakan layanan yang diterima. Dimensi ini mencerminkan tingkat kepuasan secara umum setelah nasabah menggunakan layanan perbankan digital. Pada aplikasi BRImo, kepuasan keseluruhan terlihat dari penilaian nasabah terhadap kualitas layanan yang diberikan selama melakukan berbagai aktivitas transaksi.

3. Minat Menggunakan Kembali

Minat menggunakan kembali merupakan kecenderungan perilaku nasabah untuk terus memanfaatkan layanan yang sama pada masa yang akan datang sebagai hasil dari pengalaman penggunaan yang memuaskan. Dimensi ini menunjukkan adanya keinginan nasabah untuk tetap menggunakan layanan karena merasa memperoleh manfaat dan kemudahan dalam bertransaksi. Dalam penelitian ini, minat menggunakan kembali tercermin dari keinginan nasabah untuk terus menggunakan aplikasi BRImo dalam memenuhi kebutuhan transaksi perbankan.

4. Kesiediaan Merekomendasikan

Kesiediaan merekomendasikan merupakan kemauan nasabah untuk memberikan rekomendasi kepada orang lain berdasarkan pengalaman positif yang diperoleh selama menggunakan layanan. Dimensi ini menggambarkan tingkat kepercayaan dan keyakinan nasabah terhadap kualitas layanan yang diterima sehingga mendorong mereka untuk memberikan penilaian atau rekomendasi positif kepada calon pengguna lainnya. Pada konteks BRImo, dimensi ini tercermin dari kesiediaan nasabah untuk merekomendasikan aplikasi kepada keluarga, teman, maupun masyarakat.

Berdasarkan dimensi yang dikemukakan oleh Lestari dan Nugroho (2022), kepuasan nasabah dalam penelitian ini diukur melalui empat dimensi, yaitu Kesesuaian Harapan (*Expectation Conformity*), Kepuasan Keseluruhan (*Overall Satisfaction*), Minat Menggunakan Kembali (*Repurchase Intention*), dan Kesiediaan Merekomendasikan (*Willingness to Recommend*). Keempat dimensi tersebut digunakan sebagai dasar dalam menyusun indikator penelitian yang selanjutnya dioperasionalkan ke dalam butir-butir kuesioner untuk mengukur tingkat kepuasan nasabah pengguna aplikasi BRImo.

2.1.3 *Expectancy Confirmation Theory* (ECT)

2.1.3.1 *Pengertian Expectancy Confirmation Theory* (ECT)

Expectancy Confirmation Theory (ECT) merupakan teori yang dikembangkan oleh Oliver (1980) untuk menjelaskan proses terbentuknya kepuasan pengguna setelah menggunakan suatu produk atau layanan. Teori ini menyatakan bahwa kepuasan tidak muncul secara langsung, melainkan merupakan

hasil evaluasi pengguna terhadap kinerja suatu produk atau layanan berdasarkan harapan yang dimiliki sebelum penggunaan. Dengan demikian, tingkat kepuasan seseorang dipengaruhi oleh kesesuaian antara harapan awal dengan pengalaman nyata yang diperoleh setelah menggunakan produk atau layanan tersebut.

Menurut Oliver (1980), pengguna akan membentuk harapan (*expectation*) sebelum menggunakan suatu produk atau layanan. Setelah penggunaan, pengguna akan mengevaluasi kinerja aktual (*perceived performance*) yang dirasakan. Hasil evaluasi tersebut kemudian dibandingkan dengan harapan awal sehingga menghasilkan suatu kondisi yang disebut *confirmation* apabila kinerja sesuai atau melebihi harapan, atau *disconfirmation* apabila kinerja berada di bawah harapan. Proses evaluasi tersebut pada akhirnya menentukan tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pengguna.

Seiring dengan perkembangan teknologi informasi, *Expectancy Confirmation Theory* tidak hanya digunakan dalam penelitian pemasaran, tetapi juga banyak diterapkan pada penelitian di bidang sistem informasi, *electronic service* (*e-service*), dan layanan perbankan digital. Hal ini karena teori tersebut mampu menjelaskan bagaimana pengalaman pengguna terhadap suatu layanan digital memengaruhi tingkat kepuasan setelah layanan tersebut digunakan.

Berdasarkan uraian tersebut, *Expectancy Confirmation Theory* dalam penelitian ini dipahami sebagai teori yang menjelaskan proses terbentuknya kepuasan nasabah melalui perbandingan antara harapan sebelum menggunakan layanan dengan kinerja layanan yang dirasakan setelah penggunaan. Oleh karena

itu, teori ini digunakan sebagai landasan untuk menjelaskan hubungan antara kualitas layanan digital dan kepuasan nasabah pengguna aplikasi BRImo.

2.1.3.2 Konsep *Confirmation* dan *Disconfirmation*

Menurut Oliver (1980), *Expectancy Confirmation Theory* terdiri atas beberapa konsep utama yang saling berkaitan dalam menjelaskan proses terbentuknya kepuasan pengguna. Konsep-konsep tersebut meliputi *expectation*, *perceived performance*, *confirmation/disconfirmation*, dan *satisfaction*.

1. *Expectation* (Harapan)

Expectation merupakan harapan atau keyakinan awal pengguna mengenai kualitas produk atau layanan sebelum digunakan. Harapan tersebut terbentuk berdasarkan pengalaman sebelumnya, informasi yang diperoleh, kebutuhan pengguna, maupun citra yang dimiliki terhadap penyedia layanan.

2. *Perceived Performance* (Kinerja yang Dirasakan)

Perceived performance merupakan persepsi pengguna terhadap kinerja aktual produk atau layanan setelah digunakan. Pada tahap ini pengguna mulai menilai apakah layanan yang diterima sesuai dengan kebutuhan dan harapan yang dimiliki sebelumnya.

3. *Confirmation* (Konfirmasi) dan *Disconfirmation* (Diskonfirmasi)

Confirmation terjadi apabila kinerja layanan yang dirasakan sama dengan atau melebihi harapan pengguna. Kondisi ini menunjukkan bahwa layanan berhasil memenuhi ekspektasi sehingga mendorong terbentuknya kepuasan. Sebaliknya, *disconfirmation* terjadi apabila kinerja layanan berada di bawah harapan

pengguna sehingga menimbulkan ketidakpuasan terhadap layanan yang diterima.

4. *Satisfaction* (Kepuasan)

Satisfaction merupakan hasil akhir dari proses evaluasi yang dilakukan pengguna setelah membandingkan harapan dengan kinerja layanan yang dirasakan. Semakin tinggi tingkat *confirmation*, semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan pengguna. Sebaliknya, semakin besar *disconfirmation*, semakin rendah tingkat kepuasan yang akan terbentuk.

Berdasarkan konsep tersebut, *Expectancy Confirmation Theory* menjelaskan bahwa kepuasan pengguna merupakan konsekuensi dari kesesuaian antara harapan sebelum penggunaan dengan pengalaman nyata setelah menggunakan suatu layanan. Oleh karena itu, kualitas kinerja layanan menjadi faktor penting dalam menentukan tingkat kepuasan pengguna.

2.1.3.3 Relevansi *Expectancy Confirmation Theory* (ECT) dalam Penelitian

Expectancy Confirmation Theory (ECT) memiliki relevansi dengan penelitian ini karena mampu menjelaskan hubungan antara kualitas layanan digital dan kepuasan nasabah dalam penggunaan aplikasi BRImo. Dalam penelitian ini, kualitas layanan digital dipandang sebagai kinerja layanan (*perceived performance*) yang dievaluasi oleh nasabah setelah menggunakan aplikasi. Apabila kualitas layanan digital yang dirasakan mampu memenuhi atau melampaui harapan nasabah, maka akan terjadi *confirmation* yang menghasilkan kepuasan. Sebaliknya, apabila kualitas layanan digital tidak mampu memenuhi harapan, maka akan terjadi *disconfirmation* yang berpotensi menimbulkan ketidakpuasan.

Dalam penelitian ini, kualitas layanan digital diukur melalui empat dimensi yang dikemukakan oleh Laukkanen (2020), yaitu *Ease of Use*, *Reliability*, *Security*, dan *Efficiency*, sedangkan kepuasan nasabah diukur melalui dimensi kesesuaian harapan, kepuasan keseluruhan, minat menggunakan kembali, dan kesediaan merekomendasikan berdasarkan Lestari dan Nugroho (2022). Oleh karena itu, *Expectancy Confirmation Theory* digunakan sebagai landasan teoritis untuk menjelaskan bahwa semakin baik kualitas layanan digital yang dirasakan nasabah, semakin besar kemungkinan harapan mereka terpenuhi sehingga kepuasan nasabah juga akan meningkat.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan kajian terhadap berbagai hasil penelitian yang relevan dengan topik penelitian. Kajian ini bertujuan untuk memberikan landasan empiris, menunjukkan posisi penelitian yang dilakukan, serta mengidentifikasi persamaan, perbedaan, dan kebaruan (*research gap*) dibandingkan dengan penelitian sebelumnya. Dengan demikian, penelitian terdahulu menjadi dasar dalam memperkuat argumentasi ilmiah serta menunjukkan kontribusi penelitian terhadap pengembangan ilmu pengetahuan.

Beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan topik pengaruh kualitas layanan digital terhadap kepuasan nasabah pengguna layanan perbankan digital disajikan pada Tabel 2.1 berikut.,

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Penelitian, Tahun dan Tempat	Judul Penelitian	Hasil	Sumber Referensi	Persamaan	Perbedaan
1	Pratiwi & Ramadhan (2022), Indonesia	Pengaruh <i>Digital Banking Service Quality</i> terhadap Kepuasan Nasabah	Kualitas layanan digital berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.	Jurnal Manajemen dan Bisnis	Sama-sama menggunakan variabel kualitas layanan digital dan kepuasan nasabah.	Objek penelitian berbeda.
2	Hidayat & Nugraha (2021), Indonesia	Pengaruh <i>Mobile banking</i> terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI	<i>Mobile banking</i> memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.	Jurnal Ekonomi Perbankan	Sama-sama meneliti layanan BRImo dan kepuasan nasabah.	Penelitian sebelumnya fokus pada penggunaan <i>mobile banking</i> secara umum.
3	Sari & Wijaya (2023), Indonesia	Analisis Kualitas Layanan Digital terhadap Loyalitas Nasabah	Kualitas layanan digital meningkatkan loyalitas dan kepuasan nasabah.	Jurnal Administrasi Bisnis	Sama-sama membahas kualitas layanan digital.	Variabel dependen penelitian sebelumnya adalah loyalitas nasabah.
4	Ahmad Fauzi (2021), Indonesia	Pengaruh Keamanan Sistem <i>Mobile banking</i> terhadap Kepuasan Nasabah	Keamanan sistem berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.	Jurnal Keuangan dan Perbankan	Sama-sama membahas <i>mobile banking</i> .	Penelitian sebelumnya hanya fokus pada aspek keamanan sistem.
5	Firmansyah & Lestari (2023), Indonesia	Pengaruh Kualitas Aplikasi BRImo terhadap Kepuasan Nasabah	Kualitas aplikasi BRImo berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.	Jurnal Perbankan Indonesia	Sama-sama menggunakan objek BRImo.	Penelitian sebelumnya dilakukan pada cabang bank yang berbeda.
6	Rizki Ananda & Putri Amelia (2024), Indonesia	Pengaruh Kualitas Layanan Digital terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna BRImo	Kualitas layanan digital berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah pengguna BRImo.	Jurnal Ekonomi Digital	Sama-sama meneliti kualitas layanan digital BRImo.	Lokasi penelitian berbeda.
7	Dewi Lestari & Arif	Analisis Kepuasan Nasabah terhadap	Kemudahan penggunaan dan keandalan	Jurnal Manajemen Perbankan	Sama-sama membahas kepuasan	Penelitian sebelumnya

No	Penelitian, Tahun dan Tempat	Judul Penelitian	Hasil	Sumber Referensi	Persamaan	Perbedaan
	Nugroho (2022), Indonesia	Layanan <i>Mobile banking</i>	sistem memengaruhi kepuasan nasabah.		pengguna <i>mobile banking</i> .	tidak berfokus pada BRImo.
8	Mursidah, Z. (2023), Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya	Kepuasan Nasabah Terhadap Aplikasi BRImo Branch Office BRI Surabaya Kapas Krampung	Kepuasan nasabah terhadap BRImo mencapai skor rata-rata 3.40 dari 528 sampel. Kualitas layanan BRImo berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.	<u>Skripsi, Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya</u>	Sama-sama menggunakan objek BRImo dan kepuasan nasabah.	Lokasi penelitian berbeda (Surabaya Kapas Krampung vs Unit Sukahaji Majalengka).
9	Nuraulia Puteri, (2022), Universitas Pasundan Bandung	Pengaruh <i>E-Service Quality</i> Terhadap E-Satisfaction dan E-Trust serta Dampaknya pada E-Loyalty Nasabah <i>Mobile banking</i> BRI (Survei pada Pengguna <i>Mobile banking</i> Bank BRI Kantor Wilayah Bandung)	<i>E-service quality</i> (kualitas layanan digital) berpengaruh positif dan signifikan terhadap e-satisfaction (kepuasan nasabah).	<u>Skripsi, Universitas Pasundan Bandung</u>	Sama-sama meneliti kualitas layanan digital/e-service quality dan kepuasan nasabah (e-satisfaction) pada <i>mobile banking</i> BRI.	Penelitian sebelumnya menambahkan variabel e-trust dan e-loyalty sebagai variabel lanjutan.
10	Abdul Haris Sahaq, A. (2023), Universitas Dehasen Bengkulu	Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah dalam Penggunaan BRI Mobile (BRImo) di Kota Arga Makmur Bengkulu Utara	Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah (thitung 3,438 > ttabel 1,989, sig 0,000).	<u>Skripsi, Universitas Dehasen Bengkulu</u>	Sama-sama menggunakan variabel kualitas layanan dan kepuasan nasabah pada pengguna BRImo.	Lokasi penelitian berbeda (Kota Arga Makmur Bengkulu Utara vs Unit Sukahaji Majalengka).

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, sebagian besar penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan digital berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah pengguna layanan perbankan digital. Temuan tersebut menunjukkan bahwa kualitas layanan yang ditunjukkan melalui kemudahan penggunaan, keandalan sistem, keamanan, dan efisiensi merupakan faktor yang memengaruhi tingkat kepuasan pengguna. Hasil penelitian tersebut juga sejalan dengan Expectancy Confirmation Theory (Oliver, 1980), yang menjelaskan bahwa kepuasan terbentuk ketika kinerja layanan yang dirasakan mampu memenuhi atau melampaui harapan pengguna.

Meskipun sebagian besar penelitian menunjukkan hubungan positif antara kualitas layanan digital dan kepuasan nasabah, masih terdapat perbedaan dari sisi objek penelitian, lokasi penelitian, karakteristik responden, serta variabel yang digunakan. Sebagian penelitian mengkaji kualitas aplikasi secara umum, mobile banking, e-service quality, maupun kualitas layanan yang dipadukan dengan variabel lain seperti kepercayaan, loyalitas, dan e-trust. Oleh karena itu, masih diperlukan penelitian yang secara khusus menguji pengaruh kualitas layanan digital terhadap kepuasan nasabah pengguna aplikasi BRImo pada tingkat unit operasional bank.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini memiliki kebaruan pada objek penelitian, yaitu nasabah pengguna aplikasi BRImo di PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Unit Sukahaji Majalengka, dengan menggunakan kualitas layanan digital berdasarkan dimensi Laukkanen (2020) sebagai variabel independen dan

kepuasan nasabah berdasarkan dimensi Lestari dan Nugroho (2022) sebagai variabel dependen. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan bukti empiris mengenai pengaruh kualitas layanan digital terhadap kepuasan nasabah pada konteks unit operasional perbankan serta melengkapi hasil penelitian terdahulu.

2.3 Kerangka Pemikiran

Perkembangan teknologi informasi telah mendorong transformasi layanan perbankan dari sistem konvensional menuju layanan berbasis digital. Salah satu bentuk transformasi tersebut adalah aplikasi BRImo yang dikembangkan oleh PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk untuk memberikan kemudahan, kecepatan, keamanan, dan efisiensi dalam bertransaksi.

Meskipun demikian, implementasi BRImo masih menghadapi berbagai kendala, seperti kesulitan login, gangguan transaksi, kendala verifikasi identitas, serta permasalahan pada fitur QRIS dan NFC. Selain itu, masih terdapat nasabah yang belum merasa puas terhadap kualitas layanan digital yang diberikan. Penelitian terdahulu juga menunjukkan adanya perbedaan objek, lokasi, dan pendekatan penelitian sehingga masih terdapat *research gap* mengenai pengaruh kualitas layanan digital terhadap kepuasan nasabah.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini penting dilakukan untuk mengetahui kualitas layanan digital BRImo, tingkat kepuasan nasabah, serta pengaruh kualitas layanan digital terhadap kepuasan nasabah pengguna BRImo pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Unit Sukahaji Majalengka. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan

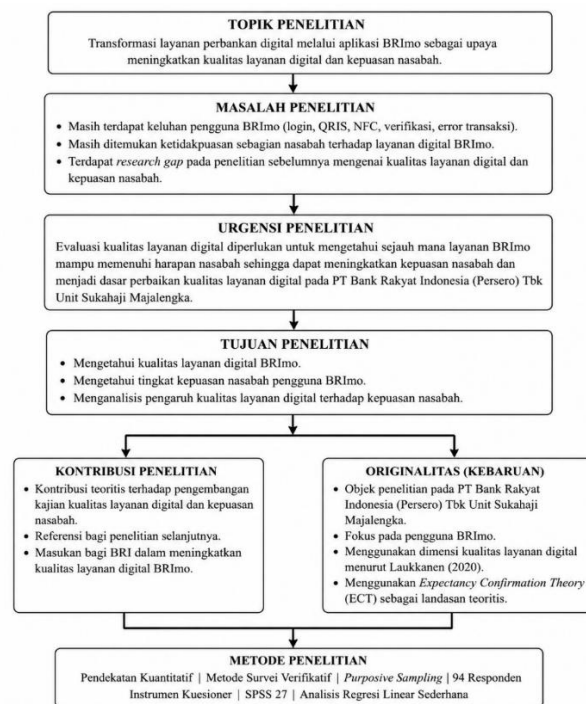
kajian kualitas layanan digital dan kepuasan nasabah serta kontribusi praktis sebagai bahan evaluasi bagi BRI dalam meningkatkan kualitas layanan digital BRImo. Adapun kebaruan penelitian terletak pada objek penelitian yang dilakukan pada nasabah pengguna BRImo di PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Unit Sukahaji Majalengka dengan menggunakan dimensi kualitas layanan digital menurut Laukkanen (2020).

Hubungan antara kualitas layanan digital dan kepuasan nasabah dijelaskan melalui *Expectancy Confirmation Theory* (ECT) yang dikemukakan oleh Oliver (1980). Teori tersebut menjelaskan bahwa kepuasan terbentuk melalui perbandingan antara harapan pengguna sebelum menggunakan layanan dengan kinerja layanan yang dirasakan setelah penggunaan. Apabila kinerja layanan mampu memenuhi atau melampaui harapan pengguna, maka akan terjadi *confirmation* yang menghasilkan kepuasan. Sebaliknya, apabila kinerja layanan berada di bawah harapan, maka akan terjadi *disconfirmation* yang berpotensi menimbulkan ketidakpuasan.

Dalam penelitian ini, kualitas layanan digital diukur menggunakan dimensi *Ease of Use*, *Reliability*, *Security*, dan *Efficiency* menurut Laukkanen (2020), sedangkan kepuasan nasabah diukur melalui dimensi kesesuaian harapan, kepuasan keseluruhan, minat menggunakan kembali, dan kesediaan merekomendasikan berdasarkan Lestari dan Nugroho (2022). Berbagai penelitian terdahulu, seperti Pratiwi dan Ramadhan (2022), Hidayat dan Nugraha (2021), Firmansyah dan

Lestari (2023), serta Rizki Ananda dan Putri Amelia (2024), menunjukkan bahwa kualitas layanan digital berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

Berdasarkan landasan teori, penelitian terdahulu, dan fenomena yang telah diuraikan, penelitian ini berasumsi bahwa semakin baik kualitas layanan digital yang dirasakan nasabah, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan nasabah pengguna aplikasi BRImo pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Unit Sukahaji Majalengka. Hubungan antarvariabel tersebut disajikan pada Gambar 2.1.



Gambar 2.1 Kerangka pemikiran

2.4 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian yang kebenarannya masih harus diuji berdasarkan data empiris yang diperoleh melalui proses penelitian. Menurut Sugiyono (2023), hipotesis disusun berdasarkan

landasan teori, hasil penelitian terdahulu, serta kerangka pemikiran yang telah dirumuskan oleh peneliti.

Berdasarkan landasan teori, hasil penelitian terdahulu, dan kerangka pemikiran yang telah diuraikan, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

H₁: Kualitas layanan digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna aplikasi BRImo pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Unit Sukahaji Majalengka.