

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Pembahasan yang akan dilakukan didalam penelitian ini merujuk pada penelitian-penelitian sebelumnya. Berikut akan diuraikan beberapa penelitian terdahulu beserta persamaan dan perbedaan yang mendukung penelitian ini.

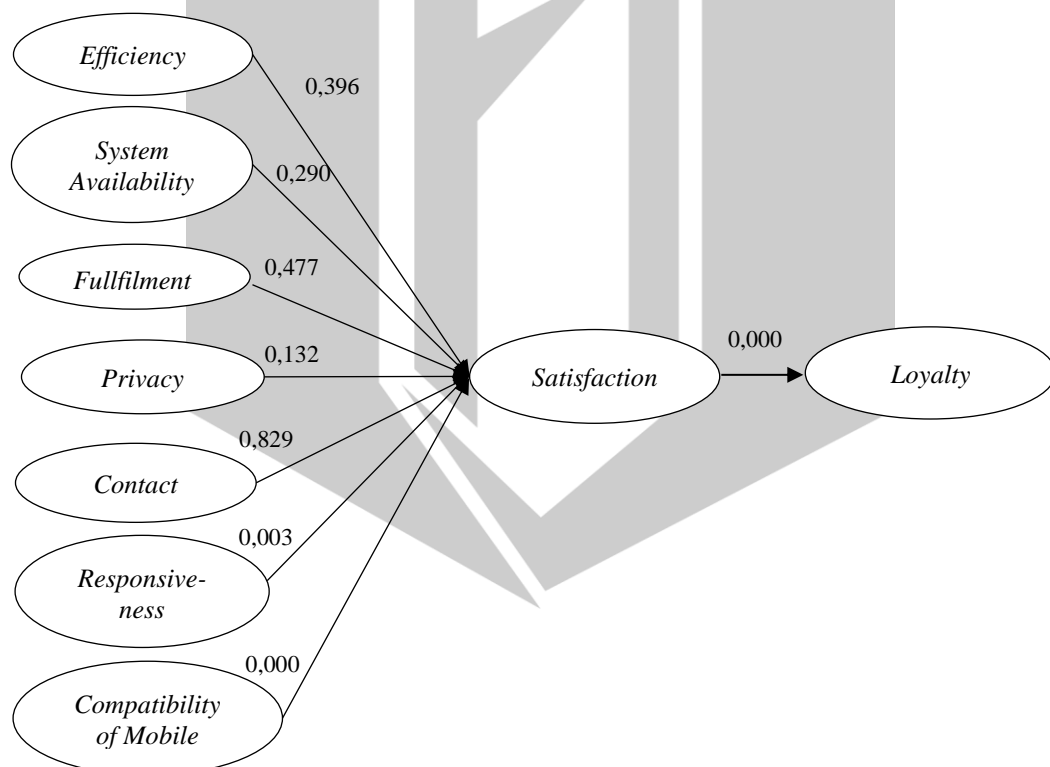
2.1.1 Fajar Akbar Hariansyah, Niken Hendrakusma Wardani, Admaja Dwi Herlambang (2019)

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan BRI *Mobile banking* terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah Bank Rakyat Indonesia di Wilayah Cirebon. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling*, dimana teknik pemilihan sampel penelitian yang didasarkan pada suatu ciri atau sifat tertentu yang erat hubungannya dengan sifat populasi yang telah ditentukan. Metode sampling ini digunakan karena tidak dapat dilakukan random sampling yang hanya dapat digunakan jika memiliki informasi daftar seluruh sampel dari suatu populasi. Bank BRI Kantor Cabang Cirebon dipilih karena menurut pihak *Customer Service* BRI di wilayah Cirebon, masih banyak mendapat keluhan terkait aplikasi BRI *Mobile* dan dikhawatirkan berdampak pada kepuasan dan loyalitas nasabah. Sebanyak 83 nasabah disurvei menggunakan kuisisioner dengan skala likert. Teknik analisis data pada penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda dan *Kendall-Tau*.

Hasil dari analisis menunjukkan bahwa secara simultan variabel *efficiency*, *system availability*, *fulfillment*, *privacy*, *contact*, *responsiveness*, dan *compatibility*

of mobile device berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna *mobile banking* sebesar 40,90%. Secara parsial hanya variabel *responsiveness* dan *compatibility of mobile device* yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna. Hasil penelitian juga menunjukkan kepuasan pengguna tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pengguna sebesar 32,40%.

Penelitian ini terdapat kesamaan dengan penelitian yang akan dilakukan yakni variabel dependen (kepuasan pelanggan pengguna BRI *mobile banking*) dan variabel responsif sebagai variabel independen, sedangkan perbedaannya adalah pada penelitian yang akan dilakukan tidak menguji hubungan kepuasan terhadap loyalitas nasabah (Hariansyah, Wardani, & Herlambang, 2019). Kerangka pemikiran pada penelitian ini disajikan pada Gambar 2.1.



Sumber : Hariansyah, Wardani, & Herlambang, 2019

Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran Penelitian Hariansyah, F. A., Wardani, H. N., & Herlambang, A. D. (2019)

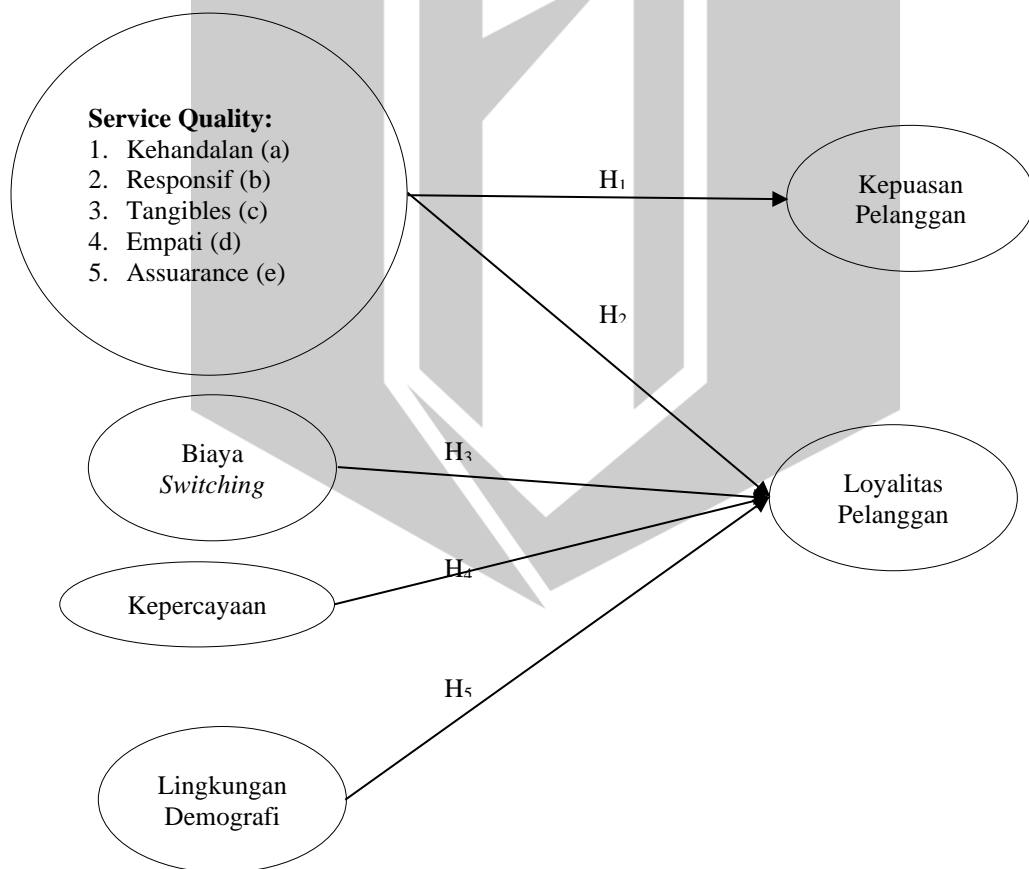
2.1.2 Md Nahin Hossain dan Md Yahin Hossain (2015)

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis hubungan variabel yang sedang dipertimbangkan menjadi dua langkah yang berbeda. Pertama, mengkaji hubungan antara kualitas layanan dan kepuasan pelanggan. Kedua, mengidentifikasi hubungan antara loyalitas pelanggan dengan kualitas layanan, biaya pengalihan, dan terakhir kepercayaan pada sektor perbankan seluler Bangladesh. Variabel independen adalah kualitas layanan, kepercayaan, biaya switching, lingkungan demografis dan variabel dependen adalah kepuasan pelanggan, loyalitas tindakan. Lingkungan demografis dan loyalitas tindakan adalah dua variabel baru yang ditambahkan dalam model ini. Total 250 responden dipilih secara random dari nasabah bank lokal di bank yang berbeda. Data dikumpulkan menggunakan kuisioner dengan skala likert 1 “sangat tidak setuju” dan 5 “sangat setuju”. Teknik analisis data menggunakan statistika deskriptif yaitu rata-rata dan standar deviasi untuk menyajikan rangkuman dimensi kualitas, *Cronbach's alpha* untuk mengukut reliabilitas dari masing-masing variabel konstruk, dan analisis korelasi pearson serta regresi berganda untuk mengetahui hubungan antara kualitas layanan dengan kepuasan pelanggan.

Hasil analisis menunjukkan bahwa semua variabel kualitas layanan (kehandalan, responsif, *tangibles*, empati, dan *assuarance*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan variabel kualitas layanan yang

berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan adalah kehandalan dan responsif. Biaya switching, kepercayaan dan lingkungan demografis juga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas tindakan pelanggan (Hossain & Hossain, 2015).

Persamaan penelitian oleh Hossain dan Hossain (2015) dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan dan teknik analisis data yang digunakan yaitu regresi linier berganda, sedangkan perbedaannya terletak pada variabel independen, yaitu pada penelitian yang akan dilakukan hanya mengadopsi variabel kualitas layanan (kehandalan dan responsif) dari serta lokasi penelitian yang berbeda dengan penelitian sebelumnya. Kerangka pemikiran pada penelitian ini disajikan pada Gambar 2.2.



Sumber : Hossain & Hossain, 2015

Gambar 2.2

Kerangka Pemikiran Penelitian Hossain, M. N., & Hossain, M. Y. (2015)

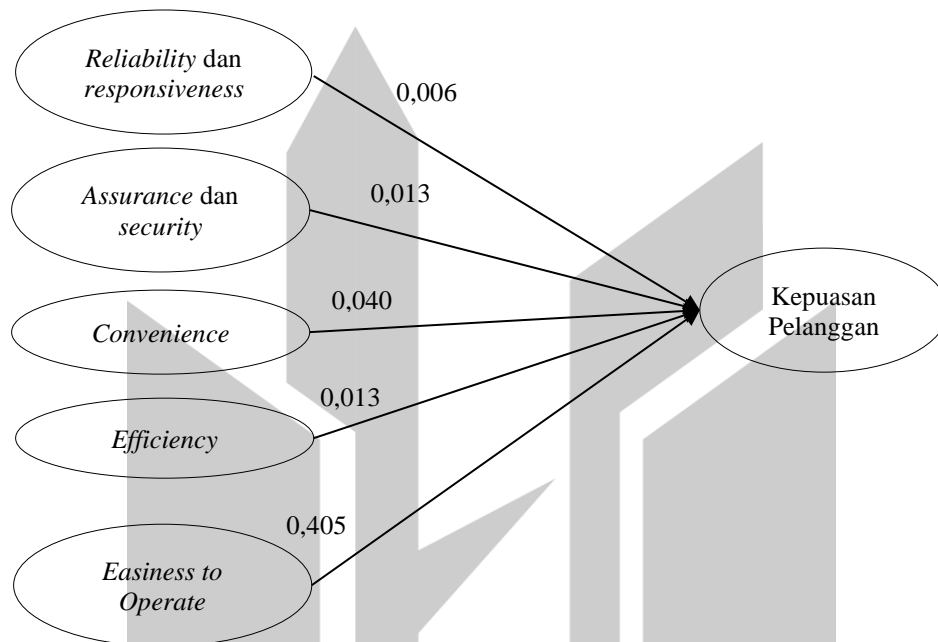
2.1.3 Miftakhul Dwi Saputro, Endang Siti Astuti, dan Devi Farah Azizah (2016)

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh secara parsial dan simultan antara kualitas layanan *mobile banking* (*reliability* dan *responsiveness*, *assurance* dan *security*, *convenience*, *efficiency*, *easiness to operate*) terhadap kepuasan pelanggan. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *accidental sampling* dimana total responden yang terpilih 100 orang berdasarkan kesediaannya mengisi kuisisioner. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif analisis deskriptif dan analisis linier berganda.

Hasil analisis menunjukkan bahwa: (1) Terdapat hubungan positif dan signifikan secara parsial variabel *reliability* (kehandalan) dan *responsiveness* (responsive), *assurance* dan *security* (keamanan), *convenience* (kemudahan), *efficiency* (efisiensi), dengan kepuasan pelanggan. (2) Terdapat hubungan yang positif tetapi tidak signifikan secara parsial variabel *easiness to operate* (kemudahan) dengan kepuasan pelanggan. (3) Secara simultan semua variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan kebaikan model sebesar 83% (Saputro, Astuti, dan Azizah, 2016). Kerangka pemikiran pada penelitian ini disajikan pada Gambar 2.3.

Persamaan penelitian oleh Saputro, Astuti, dan Azizah (2016) dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada teknik analisis data yang akan

digunakan yaitu analisis deskriptif dan analisis regresi berganda, serta objek penelitian yaitu Bank BRI, sedangkan perbedaannya adalah yang pertama adalah lokasi penelitian, kedua variabel independen pada penelitian yang akan dilakukan tidak menggunakan variabel *assurance* dan *efficiency*.



Sumber : Saputro, Astuti, & Azizah, 2016

Gambar 2.3

Kerangka Pemikiran Penelitian Saputro, M. D., Astuti, E. S., & Azizah, D. F. (2016)

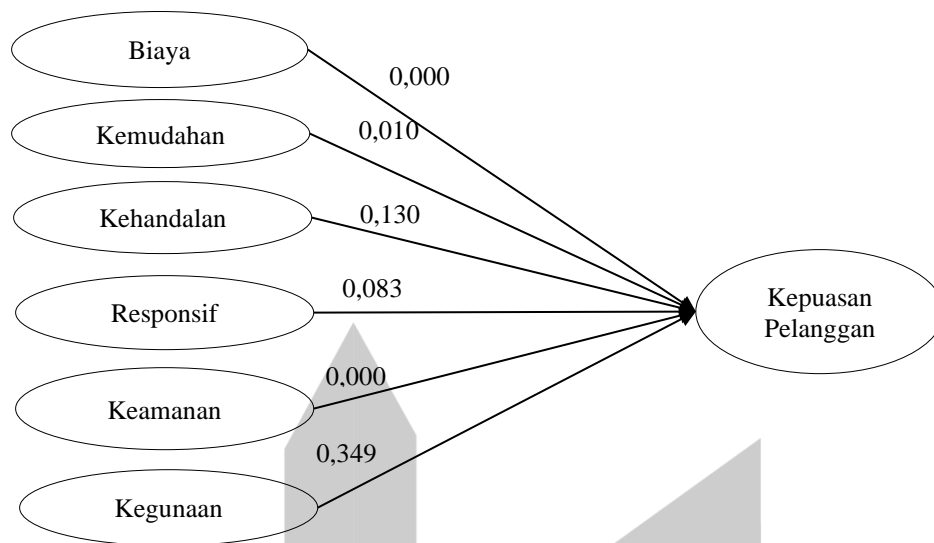
2.1.4 Nor Afni Md Sari, Noor Azlina Mohamed Yunus, Norshima Humaidi and Azzura Nordin (2018)

Penelitian oleh Sari, Yunus, Humaidi, & Nordin (2018) dilakukan untuk menentukan hubungan antara *e-service quality* dan kepuasan pelanggan tentang penggunaan *mobile banking* di industri perbankan. Ruang lingkup penelitian ini adalah nasabah umum yang berpengalaman dalam menggunakan *mobile banking*

seperti Bank Islam Internet Banking, CIMBClicks, MayBank2U, iRakyat, MyBSN, dan lainnya. Penelitian ini menggunakan teknik *convenience sampling* untuk memilih responden dari populasi. Total 146 responden disurvei menggunakan kuisisioner dan responden mengembalikan secara langsung setelah kuisisioner terisi. Variabel independen yang digunakan adalah *e-service quality* yang meliputi kehandalan, responsif, kemudahan, biaya, kegunaan dan keamanan, sedangkan variabel dependennya adalah kepuasan pelanggan. Teknik analisis yang digunakan adalah *partial least square* (PLS) dengan menggunakan *software* SmartPLS 3.0.

Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara *e-service quality* dan kepuasan pengguna terhadap penggunaan layanan *mobile banking*. Dimensi *e-service quality* yaitu keamanan, biaya, dan kemudahan penggunaan, berkontribusi secara signifikan terhadap kepuasan pengguna. Sebaliknya, keandalan, daya tanggap, dan kegunaan bukan merupakan prediktor signifikan terhadap kepuasan pengguna (Sari, Yunus, Humaidi, & Nordin, 2018).

Persamaan penelitian Sari, Yunus, Humaidi, & Nordin (2018) dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada variabel independen yang digunakan yaitu kehandalan, responsif, kemudahan, dan keamanan, sedangkan perbedaannya adalah teknik analisis yang digunakan, pada penelitian yang akan dilakukan menggunakan analisis regresi linier berganda. Kerangka pemikiran pada penelitian ini disajikan pada Gambar 2.4.



Sumber : Sari, Yunus, Humaidi, & Nordin, 2018

Gambar 2.4

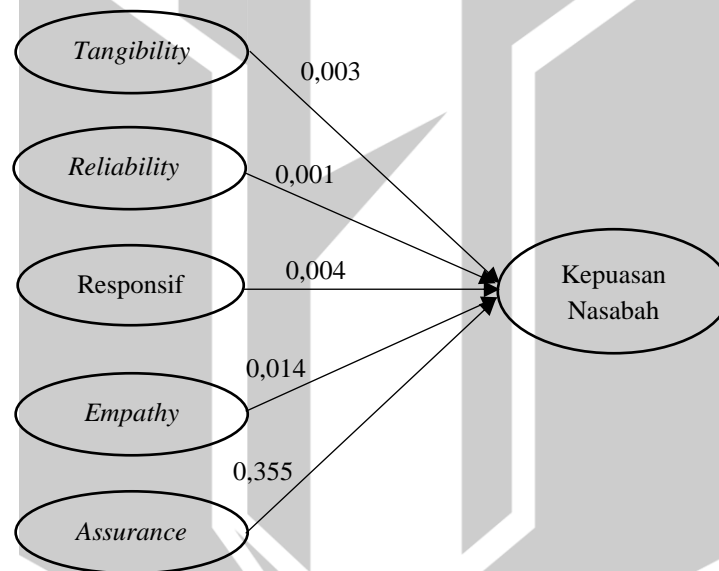
Kerangka Pemikiran Penelitian Sari, N. A., Yunus, N. A., Humaidi, N., & Nordin, A. (2018)

2.1.5 Ataur Rahman, Mahamadul Hasan, dan Md. Amin Mia (2017)

Penelitian ini telah dilakukan untuk menguji bagaimana dimensi SERVQUAL (*Service Quality*) mempengaruhi kepuasan pelanggan *mobile banking* di Bangladesh. Peneliti menggunakan kepuasan pelanggan sebagai variabel dependen, sedangkan lima dimensi model kualitas layanan (yaitu bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), responsive (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*empathy*)) diambil sebagai variabel independen. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan mendistribusikan kuisioner kepada 166 pelanggan dari lima penyedia layanan *mobile banking*. Responden dipilih dari kota Dhaka dengan menggunakan *Simple Random Sampling*. Metode analisis yang digunakan adalah statistika deskriptif, korelasi Pearson dan regresi berganda. Hasil

penelitian menunjukkan bahwa keempat variabel *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, dan *empathy* memiliki hubungan positif yang signifikan dengan kepuasan pelanggan. Namun, faktor *assurance* tidak memiliki hubungan yang signifikan dengan kepuasan pelanggan (Rahman, Hasan, & Mia, 2017).

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah variabel independen yang digunakan dan lokasi penelitian, sedangkan persamaannya metode yang digunakan sama-sama menggunakan metode analisis regresi berganda. Kerangka teori penelitian oleh Rahman, Hasan, dan Mia (2017) disajikan pada Gambar 2.5



Sumber : Rahman, Hasan, & Mia, 2017

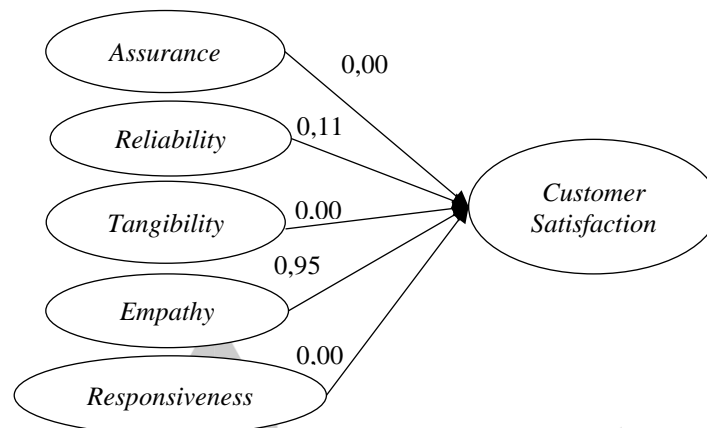
Gambar 2.5

Kerangka Pemikiran Penelitian Rahman, A., Hasan, M., & Mia, M. A. (2017)

2.1.6 Muhammad Yar Khan, Anam Javeed, Nasir Mehmood, dan Wajid Khan (2019)

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menemukan hubungan antara kualitas layanan *mobile banking* dengan kepuasan pelanggan di Pakistan. Peneliti menggunakan kepuasan nasabah (*customer satisfaction*) pengguna layanan *mobile banking* sebagai variabel dependen, sedangkan lima dimensi model kualitas layanan meliputi bukti jaminan (*assurance*), keandalan (*reliability*), fisik (*tangibility*), empati (*empathy*), dan responsif (*responsiveness*) sebagai variabel independen. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan metode Sampling Acak Sederhana (*Simple Random Sampling*) dengan menggunakan kuesioner yang diberikan kepada 400 responden pengguna layanan *mobile banking* di Rawalpindi, Islamabad dan Wah Cantt. Metode analisis yang digunakan adalah statistika deskriptif, korelasi Pearson dan regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat tiga variabel yaitu *assurance*, *tangibility*, dan *responsiveness* memiliki hubungan positif yang signifikan dengan kepuasan pelanggan. Namun, faktor *empathy* dan *reliability* tidak memiliki hubungan yang signifikan dengan kepuasan pelanggan pengguna *mobile banking*.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah variabel independen *assurance*, *tangibility*, dan *empathy* yang digunakan dan lokasi penelitian, sedangkan persamaannya metode yang digunakan sama-sama menggunakan metode analisis regresi berganda dan variabel independent *responsiveness* dan *reliability*. Kerangka teori penelitian disajikan pada Gambar 2.6 sebagai berikut (Khan, et al., 2019).



Sumber : Khan, et al., 2019

Gambar 2.6

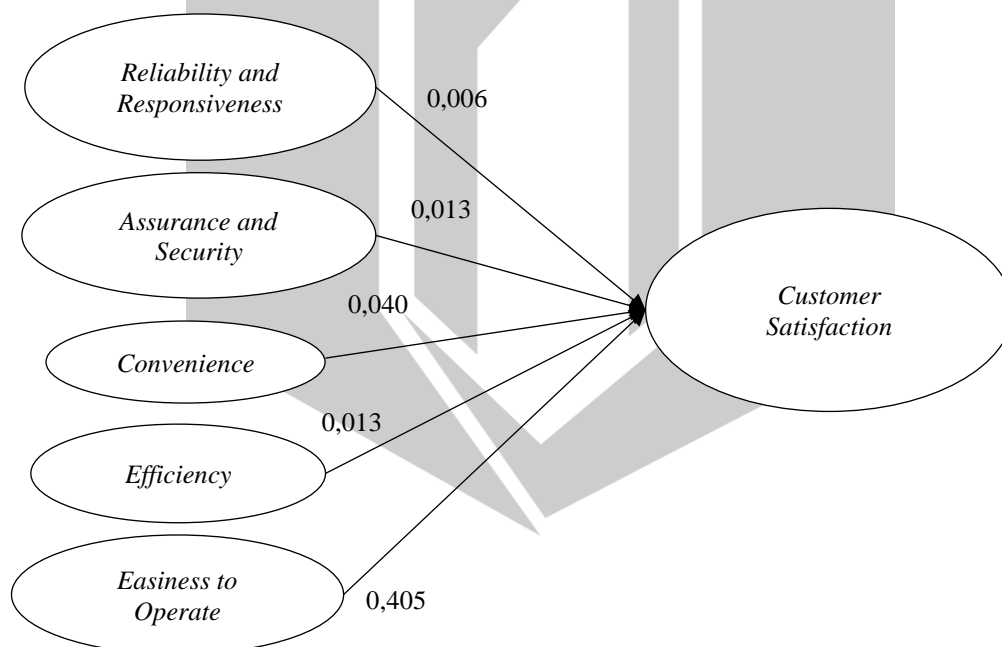
Kerangka Pemikiran Penelitian Khan, M. Y., Javeed, A., Mehmood, N., & Khan, W. (2019)

2.1.7 Rahmat Trialih, Endah Siti Astuti, Devi Farah Azizah, Yusi Tyroni Mursityo, Miftakhul Dwi Saputro, Saide, Yudha Alief Aprilian dan Alfian Syafaadi Rizki (2018)

Penelitian ini telah dilakukan untuk menguji pengaruh kualitas layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah generasi X dan Y sebagai nasabah bank ABC di Indonesia. Sampel yang digunakan adalah 100 nasabah generasi X dan Y karena kedua generasi tersebut merupakan nasabah mayoritas bank di Indonesia. Survei dilakukan dengan memberikan kuesioner kepada responden pengguna *mobile banking* dengan total 22 item pertanyaan. Setiap item pertanyaan diberi skor menggunakan skala 5 poin dengan angka 1 menunjukkan sangat tidak setuju hingga 5 untuk sangat setuju. Peneliti menggunakan kepuasan nasabah sebagai variabel dependen, untuk mengukur kepuasan nasabah diperlukan kualitas layanan *mobile banking* yang terdiri dari *reliability and responsiveness, assurance dan security,*

convenience, *efficiency*, dan *easiness to operate* sebagai variabel independen. Metode analisis yang digunakan adalah statistika deskriptif, dan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kelima variabel yaitu *reliability and responsiveness*, *assurance dan security*, *convenience*, *efficiency*, dan *easiness to operate* memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan layanan *mobile banking*.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah variabel independen yang digunakan dan lokasi penelitian, sedangkan persamaannya metode yang digunakan sama-sama menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Kerangka teori penelitian disajikan pada Gambar 2.7 sebagai berikut (Trialih, et al., 2018).



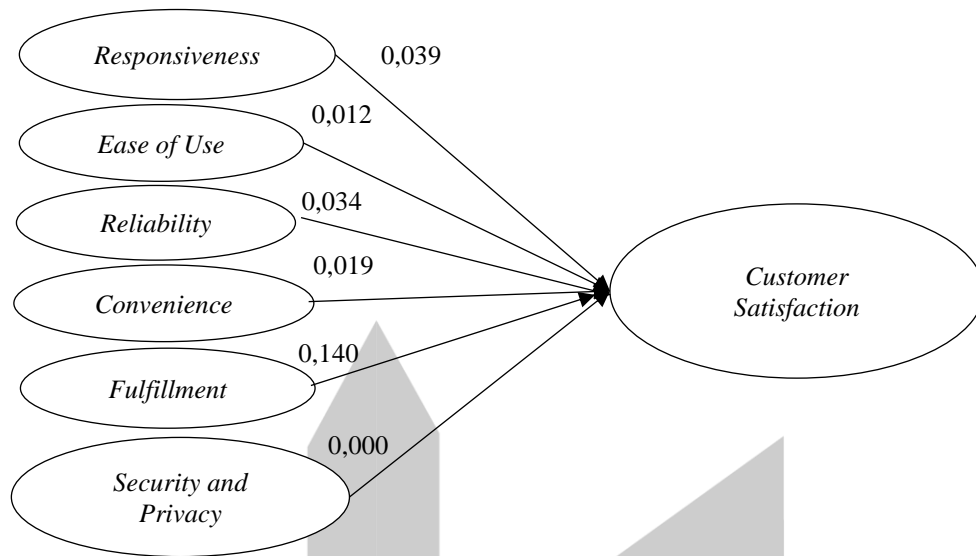
Sumber : Trialih, et al., 2018

Gambar 2.7

**Kerangka Pemikiran Penelitian Trialih, R., Astuti, E. S., Azizah, D. F.,
Mursyito, Y. T., Saputro, M. D., Saide, Rizki, A. S. (2018)**

2.1.8 Surahman Pujianto (2018)

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh *responsiveness, ease of use, reliability, convenience, fulfillment, security, and privacy* terhadap kepuasan pelanggan. Peneliti menggunakan kepuasan pelanggan sebagai variabel dependen, sedangkan enam variabel independen meliputi *responsiveness, ease of use, reliability, convenience, fulfillment, security, and privacy*. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan mendistribusikan kuisioner kepada 130 pelanggan pengguna layanan *mobile banking*. Masing-masing variabel diukur dengan skala likert 5 poin. Metode analisis yang digunakan adalah statistika deskriptif dan penelitian kausalitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kelima variabel independen meliputi *responsiveness, ease of use, reliability, convenience, security, and privacy* memiliki hubungan positif yang signifikan dengan kepuasan pelanggan. Namun, faktor *fulfillment* tidak memiliki hubungan yang signifikan dengan kepuasan pelanggan (Pujianto, 2018). Kerangka teori penelitian disajikan pada Gambar 2.8 sebagai berikut.



Sumber : Pujianto, 2018

Gambar 2.8

Kerangka Pemikiran Penelitian Pujianto, S. (2018)

Persamaan dan perbedaan dari delapan penelitian terdahulu dengan penelitian ini dirangkum pada Tabel 2.1 sebagai berikut.

Tabel 2.1

Perbedaan Dan Persamaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang

No	Peneliti	Variabel Dependen	Variabel Independen	Alat Uji	Jumlah sampel	Teknik pengumpulan	Objek Penelitian	Lokasi Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Fajar Akbar Hariansyah, Niken Hendrakusma Wardani, Admaja Dwi Herlambang (2019)	Kepuasan dan loyalitas nasabah	1. <i>Efficiency</i> 2. <i>System Availability</i> 3. <i>Fullfilment</i> 4. <i>Privacy</i> 5. <i>Contact</i> 6. <i>Responsivenes s</i>	Regresi linier berganda dan Kendall Tau	83 responden	Kuesioner	Nasabah Bank Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Cabang Cirebon	Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Cirebon	secara simultan variabel <i>efficiency</i> , <i>system availability</i> , <i>fulfillment</i> , <i>privacy</i> , <i>contact</i> , <i>responsiveness</i> , dan <i>compatibility of mobile device</i> berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna <i>mobile banking</i> sebesar 40,90%. Secara parsial hanya variabel <i>responsiveness</i> dan

No	Peneliti	Variabel Dependen	Variabel Independen	Alat Uji	Jumlah sampel	Teknik pengumpulan	Objek Penelitian	Lokasi Penelitian	Hasil Penelitian
2.	Md Nahin Hossain dan Md Yahin Hossain (2015)	Kepuasan pelanggan dan loyalitas tindakan	1. kualitas layanan 2. biaya <i>switching</i> 3. kepercayaan 4. lingkungan demografis	Regresi linier berganda	250 responden	Kuesioner	Pemegang rekening bank yang	Dhaka, Banglades	semua variabel kualitas layanan (kehandalan, responsif, <i>tangibles</i> , empati, dan <i>assuarance</i>) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan variabel kualitas layanan yang berpengaruh signifikan terhadap loyalitas
3.	Miftakhul Dwi Saputro, Endang Siti Astuti, Devi Farah Azizah (2016)	Kepuasan pelanggan	1. reliability and responsiveness , 2. <i>assurance</i> and <i>security</i> 3. <i>convenience</i> 4. <i>efficiency</i> 5. <i>easiness to operate</i>	analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda	100 responden	Kuesioner	Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk. Cabang Jombang	PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk. Cabang Jombang	Terdapat hubungan positif dan signifikan secara parsial variabel <i>reliability</i> (kehandalan) dan <i>responsiveness</i> (responsive), <i>assurance</i> dan <i>security</i> (keamanan), <i>convenience</i> (kemudahan), <i>efficiency</i> (efisiensi), dengan kepuasan pelanggan. Terdapat hubungan yang positif tetapi tidak signifikan secara

No	Peneliti	Variabel Dependen	Variabel Independen	Alat Uji	Jumlah sampel	Teknik pengumpulan	Objek Penelitian	Lokasi Penelitian	Hasil Penelitian
4	Nor Afni Md Sari, Noor Azlina Mohamed Yunus, Norshima Humaidi and Azzura Nordin (2018)	Kepuasan pelanggan	<i>e-service quality</i> 1. kehandalan, 2. responsive, 3. kemudahan, biaya, 4. kegunaan 5. keamanan	<i>Parsial Least Square (PLS)</i>	146 responden	Kuesioner	nasabah umum yang berpengala man dalam mengguna kan <i>mobile banking</i> seperti Bank Islam	Selangor, Malaysia	Hubungan yang positif dan signifikan antara <i>e-service quality</i> dan kepuasan pengguna terhadap penggunaan layanan <i>mobile banking</i> . Dimensi <i>e-service quality</i> yaitu keamanan, biaya, dan kemudahan penggunaan, berkontribusi secara signifikan terhadap kepuasan pengguna. Variabel keandalan, daya tanggap, dan kegunaan bukan merupakan prediktor signifikan terhadap kepuasan pengguna

No	Peneliti	Variabel Dependen	Variabel Independen	Alat Uji	Jumlah sampel	Teknik pengumpulan	Objek Penelitian	Lokasi Penelitian	Hasil Penelitian
5.	Ataur Rahman, Mahamadul Hasan, dan Md. Amin Mia	Kepuasan pelanggan	1. <i>tangibles</i> 2. <i>reliability</i> 3. <i>responsiveness</i> 4. <i>assurance</i>	statistika deskriptif, korelasi Pearson dan	166 responden	Kuesioner	Nasabah <i>mobile</i> <i>banking</i> di kota	kota dhaka, Banglades h	variabel <i>tangibles</i> , <i>reliability</i> , <i>responsiveness</i> , dan <i>empathy</i> memiliki hubungan positif yang signifikan dengan kepuasan pelanggan. Namun, faktor
6.	Muhammad Yar Khan, Anam Javeed, Nasir Mehmood, dan	Kepuasan pelanggan	1. <i>assurance</i> 2. <i>reliability</i> 3. <i>tangibility</i> 4. <i>empathy</i> 5. <i>responsiveness</i>	statistika deskriptif, korelasi Pearson dan regresi	400 responden	Kuesioner	Nasabah <i>mobile</i> <i>banking</i> di Rawalpind Islamaba i, d dan	di Rawalpin didi, Islamaba d dan	tiga variabel yaitu <i>assurance</i> , <i>tangibility</i> , dan <i>responsiveness</i> memiliki hubungan positif yang signifikan dengan kepuasan pelanggan. Namun, faktor <i>empathy</i> dan <i>reliability</i> tidak memiliki hubungan yang

No	Peneliti	Variabel Dependen	Variabel Independen	Alat Uji	Jumlah sampel	Teknik pengumpulan	Objek Penelitian	Lokasi Penelitian	Hasil Penelitian
7.	Rahmat Trialih, Endah Siti Astuti, Devi Farah Azizah, Yusi Tyroni Mursityo, Miftakhul Dwi	Kepuasan nasabah	1. <i>reliability and responsiveness</i> 2. <i>assurance dan security</i> 3. <i>convenience</i> 4. <i>efficiency,</i> 5. <i>easiness to</i>	statistika deskriptif, dan regresi linier berganda	100 responden generasi X dan Y	kuesioner	nasabah bank ABC di Indonesia	bank ABC di Indonesia	<i>reliability and responsiveness, assurance dan security, convenience, efficiency, dan easiness to operate</i> memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan layanan <i>mobile banking</i>
8.	Surahman Pujianto (2018)	Kepuasan pelanggan	1. <i>responsiveness</i> 2. <i>ease of use</i> 3. <i>reliability</i> 4. <i>convenience</i>	statistika deskriptif dan penelitian	130 pelanggan	Kuesioner secara langsung maupun	Nasabah Bank Mandiri	Bank Mandiri	kelima variabel independen meliputi <i>responsiveness, ease of use, reliability, convenience, security, and privacy</i> memiliki hubungan positif yang

No	Peneliti	Variabel Dependen	Variabel Independen	Alat Uji	Jumlah sampel	Teknik pengumpulan	Objek Penelitian	Lokasi Penelitian	Hasil Penelitian
9.	Bramantiyo (2022)	Kepuasan pelanggan	1. keamanan 2. responsif 3. kemudahan 4. keandalan	statistika deskriptif dan regresi linier berganda	615 responden	Kuesioner wawancara secara langsung	Nasabah pengguna <i>mobile</i> <i>banking</i> di unit kerja Bank BRI Surabaya	Bank BRI Surabaya	keamanan, kemudahan dan keandalan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, sedangkan responsif tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna layanan BRI <i>mobile</i>

Sumber : penelitian terdahulu

2.2 Landasan Teori

Berkembangnya kecanggihan teknologi dalam transaksi perbankan, semakin memberikan kemudahan bagi nasabah, dalam menjalankan transaksi sesuai dengan profil transaksinya. Munculnya *Mobile banking (M-banking)*, makin merubah paradigma tentang bank, dimana sebelumnya bank adalah berbentuk bangunan fisik, menjadi sebuah bank yang berupa kegiatan yang dapat dilakukan kapan saja dan di mana saja. *Mobile banking* adalah salah satu *channel* transaksi perbankan tersebut, dimana semakin hari semakin banyak orang yang menggunakannya.

2.2.1 *Mobile banking*

Layanan *mobile banking* adalah jenis layanan *internet banking* yang menjadi sangat populer di kalangan nasabah bank dalam beberapa tahun terakhir (Rahman, Hasan, & Mia, 2017). *Mobile banking* yang juga dikenal dengan *M-banking* didefinisikan sebagai "suatu bentuk transaksi perbankan dilakukan melalui telepon seluler", yaitu aplikasi *m-commerce* yang memungkinkan pelanggan untuk mengakses rekening bank melalui perangkat seluler untuk melakukan dan menyelesaikan transaksi bank terkait. Melalui *M-banking* seseorang dapat memanfaatkan berbagai layanan yaitu; Utilitas pembayaran tagihan, Transfer Dana, Belanja, Tarik Tunai dari ATM atau *Cash point* tertentu dan masih banyak lagi fasilitas menarik lainnya (Hossain & Hossain, 2015). Kualitas layanan *mobile banking* dapat didefinisikan sebagai penilaian konsumen global atas kualitas dan keunggulan pengiriman konten seluler dalam konteks *M-banking*. Dimensi kualitas *mobile banking* erat kaitannya dengan dengan nilai konsumen utilitarian seperti

persepsi kegunaan, persepsi risiko, persepsi kompatibilitas (dengan gaya hidup atau perangkat), daya tanggap, keandalan, keamanan, persepsi biaya dan kemudahan penggunaan (Arcand, PromTep, Brun, & Rajaobelina, 2017).

2.2.2 Keamanan

Keamanan tidak hanya menjadi masalah yang diangkat dalam proses perancangan dan pengembangan perangkat lunak saja, tetapi keamanan juga dianggap sebagai dimensi mendasar untuk menggerakkan internet banking dan *mobile banking*. (Rahmawati & Fianto, 2020). Masalah paling menantang yang dihadapi pelanggan di dunia *e-commerce* adalah privasi dan keamanan. Keamanan dalam bentuk menjaga keamanan pelanggan dari pelanggaran privasi mereka mempengaruhi kepercayaan dan kepuasan. Pemilik layanan online perlu memberikan jaminan dalam hal privasi dan keamanan untuk mendapatkan kepercayaan pelanggan (Sari, Yunus, Humaidi, & Nordin, 2018). Menurut Saputro, Astuti, dan Azizah (2016) keamanan atau privasi, yaitu sejauh mana pelanggan yakin bahwa situs perusahaan aman dari gangguan dan terdapat perlindungan informasi pribadi.

2.2.3 Responsif

Responsif merupakan variabel untuk menentukan tingkat efektifitas penanganan masalah melalui situs (Hariansyah, Wardani, & Herlambang, 2019), sedangkan Ayo, et al. (2016) menggambarkan responsif sebagai respon cepat *e-banking* terhadap permintaan pelanggan dan transaksi cepat. Responsif juga didefinisikan sebagai respon cepat dan kemampuan untuk membantu jika ada suatu masalah atau pertanyaan dari pelanggan (Saputro, Astuti, & Azizah, 2016).

Responsif termasuk skala layanan pemulihan pada kualitas layanan elektronik yang diartikan sebagai kemampuan memberikan informasi yang tepat kepada pelanggan ketika timbul masalah dan memiliki mekanisme pemberian garansi (Trisnawati & Fahmi, 2017).

2.2.4 Kemudahan

Kemudahan penggunaan diartikan sebagai upaya bebas menggunakan teknologi baru berdasarkan persepsi individu. Semakin mudah bagi pengguna untuk berinteraksi dengan sistem, semakin besar kemungkinan pengguna akan menemukan kegunaan (Sari, Yunus, Humaidi, & Nordin, 2018). Menurut (Rahmawati & Fianto, 2020) kemudahan menggunakan *m-banking* dapat diartikan sebagai manfaat yang dirasakan disaat mengakses aplikasi *m-banking*, seperti bisa mengakses aplikasi dimana saja dan kapan saja (24 jam). Kemudahan erat kaitannya dengan navigasi *m-banking*, yang artinya situs berisi fungsi yang dapat membantu pelanggan dalam menemukan apa yang dibutuhkan tanpa kesulitan termasuk fungsi pencarian yang baik dan memungkinkan pelanggan untuk melakukan manuver dengan mudah dan cepat melangkah mundur atau maju di halaman situs (Saputro, Astuti, & Azizah, 2016).

2.2.5 Keandalan

Keandalan dapat diartikan sebagai kapasitas untuk memenuhi janji secara efektif dan tanpa keraguan (Khan, Lima, & Mahmud, 2018). Keandalan *m-banking* adalah kemampuan *m-banking* dalam mengoreksi fungsi teknis situs dan keakuratan layanan yang dijanjikan (Saputro, Astuti, & Azizah, 2016) secara akurat dan dapat diandalkan (Trisnawati & Fahmi, 2017). Keandalan mengacu pada

kemampuan untuk menyampaikan prosedur yang diharapkan setiap saat, bagaimana masalah yang dihadapi oleh layanan pelanggan ditangani oleh organisasi, melakukan layanan yang tepat untuk pertama kalinya, respons yang dijanjikan pada waktu tertentu, dan memelihara catatan bebas kesalahan. (Sari, Yunus, Humaidi, & Nordin, 2018).

2.2.6 Kepuasan Nasabah

Kepuasan dapat digambarkan sebagai tanggapan konsumen terhadap evaluasi perbedaan yang dirasakan nasabah antara harapan sebelumnya dengan kinerja aktual dari produk (*m-banking*) (Rahman, Hasan, & Mia, 2017). Kepuasan pelanggan adalah kemampuan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan bisnis, psikologis, dan emosional pelanggannya. Kepuasan nasabah perbankan tergantung pada pemenuhan harapan nasabah yang berafiliasi dengan layanan yang diberikan oleh bank. Faktor utama yang menentukan kepuasan konsumen adalah kearifan konsumen terhadap kualitas layanan. Kepuasan nasabah dalam bertransaksi di bank akan mempengaruhi loyalitas dan profitabilitas bank, kepuasan nasabah berbanding lurus dengan keuntungan yang diterima bank. Tantangan dunia perbankan adalah merancang sistem dan pengukuran terkait tingkat kepuasan nasabah yang bertransaksi menggunakan *mobile banking* (Tumewah, Juniarta, & Kurniawan, 2020). Mengetahui harapan pelanggan adalah langkah penting dalam menentukan dan memberikan layanan berkualitas tinggi, karena harapan pelanggan memainkan peran penting untuk menentukan evaluasi dan kepuasan kualitas layanan. Oleh karena itu, banyak pelaku bisnis mempertimbangkan kualitas layanan untuk mendapatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan (Trisnawati & Fahmi, 2017),

karena kepuasan pelanggan dikenal sebagai hasil dari kualitas layanan (Khan, Lima, & Mahmud, 2018).

2.3 Hubungan Antar Variabel

Berdasarkan literatur yang telah dikumpulkan diperoleh beberapa informasi hubungan antar variabel dimensi kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah.

2.3.1 Hubungan Keamanan (*Security*) *Mobile banking* terhadap Kepuasan Nasabah

Menurut Chen dan Barnes (dalam Ofori, *et al.*, 2017), kurangnya privasi dan keamanan mengurangi tingkat pelanggan dalam menggunakan perbankan online. Hasil survei bank di Ghana (dalam Ofori, *et al.*, 2017) memberikan informasi bahwa kurangnya privasi dan keamanan menyebabkan ketidakpuasan di antara pelanggan. Oleh karena itu, privasi dan keamanan memengaruhi kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil survei penerimaan *online banking* yang dilakukan di New Zealand oleh Cheung, *et al.* (dalam Ayo, *et al.*, 2016) bahwa keamanan dan kesulitan *mobile banking* adalah faktor yang membatasi penerimaan nasabah terhadap adanya pelayanan *e-banking*. Diyakini bahwa semakin banyak kesuksesan dalam pelaksanaan transaksi, akan menambah perasaan aman yang menyebabkan tingkat kepuasan nasabah dalam menggunakan *e-banking* semakin meningkat.

2.3.2 Hubungan Responsif *Mobile banking* terhadap Kepuasan Nasabah

Dalam perspektif Jeong dan Lee (dalam Amin, 2016) menjelaskan bahwa keragaman produk, bukti fisik, responsif, interaksi, dan stabilitas memiliki dampak signifikan terhadap kepuasan pelanggan internet. Al-Ghazali *et. al* (dalam Ofori, *et*

al., 2017) juga berpendapat bahwa kualitas sistem adalah fungsi dari kegunaan, responsif, keandalan, dan fleksibilitas dimana kualitas sistem tersebut mempengaruhi kredibilitas perusahaan serta kepuasan pelanggan. Kecepatan *mobile banking* adalah faktor penting dalam pencapaian kesuksesan *mobile-banking*. Hasil penelitian Ling, et al., (2016) kecepatan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah yang menggunakan layanan *mobile banking*. Oleh karena itu, Responsif digunakan sebagai variabel independen pada penelitian ini.

2.3.3 Hubungan Kemudahan *Mobile banking* terhadap Kepuasan Nasabah

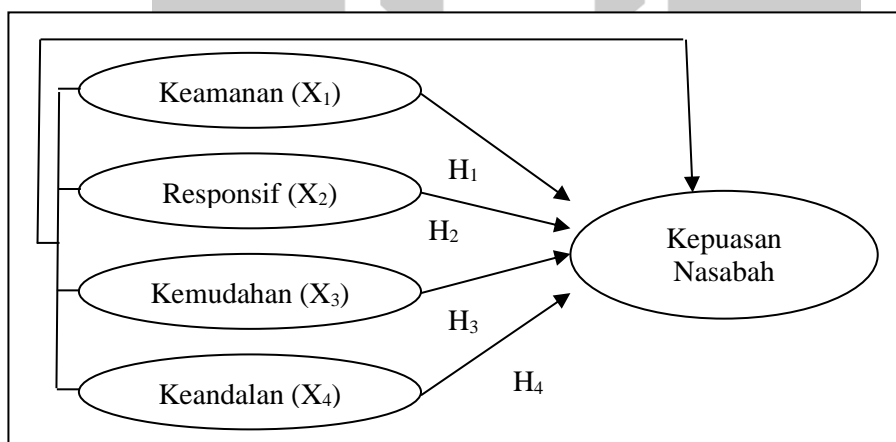
Anderson dan Srinivasan (dalam Amin, 2016) mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan mungkin didorong oleh karakteristik situs web seperti kemudahan penggunaan, karena situs web adalah antarmuka utama antara pelanggan dan perusahaan. Menurut Hernández et al (dalam Asad, Mohajerani, & Noursereh, 2016) Navigasi seperti kemudahan penggunaan adalah faktor lain yang berpengaruh pada kepuasan pelanggan. Perusahaan harus merancang situs web pelanggan untuk menawarkan fungsionalitas dan kemudahan penggunaan, karena desain yang buruk dapat menghentikan pengguna mengunjungi kembali situs tersebut. Liébana-Cabanillas, et al. (dalam Amin, 2016) juga menekankan bahwa pelanggan internet banking sebagian besar puas dengan aksesibilitas internet, kemudahan penggunaan, kegunaan, dan kepercayaan. *Mobile banking* membawa kenyamanan bagi nasabah dan mendorong nasabah untuk melakukan transaksi dengan lebih mudah dan efisien melalui situs web perbankan (Ling, et al., 2016).

2.3.4 Hubungan Keandalan *Mobile banking* terhadap Kepuasan Nasabah

Zeithaml, et al (dalam Asad , et al., 2016) mengemukakan bahwa peringkat keandalan adalah prediktor yang paling kuat untuk kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan dapat menentukan puas atau tidaknya nasabah dalam penggunaan *internet banking*. Keandalan menjadi salah satu indikator yang penting untuk mengukur kualitas pelayanan (Pramana & Rastini, 2016).

2.4 Kerangka Pemikiran

Fenomena perbankan yang ada sekarang ini adalah maraknya pengguna internet sebagai channel jasa perbankan. Salah satu aplikasi pengguna internet pada layanan perbankan adalah *Mobile banking*. Kerangka pemikiran teoritis dalam penelitian ini adalah tentang pengaruh keamanan, responsif, kemudahan dan keandalan layanan terhadap kepuasan nasabah BRI dalam penggunaan *Mobile banking*. Gambar 2.1 menyajikan kerangka pemikiran teoritis untuk pengembangan hipotesis pada penelitian ini. Variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel dependen yaitu kepuasan nasabah (Y) dan empat variabel independen meliputi keamanan (X_1), responsif (X_2), kemudahan (X_3) dan keandalan (X_4).



Sumber : Ahangar, R. G. (2011), Nochai, R., & Nochai, T. (2013), Gupta, K. K., & Bansal, I. (2012), Nguyen, T., & Singh, M. (2004), dan Asghar, N. (2012).

Gambar 2.9

Kerangka Pemikiran

2.5 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan penelitian, landasan teori, dan kerangka pemikiran, maka hipotesis yang diajukan pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

H₁ : Keamanan (*Security*), Responsif (*Responsivness*), Kemudahan (*ease of use*), dan Keandalan (*reliability*) *mobile banking* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan Nasabah BRI

H₂ : Keamanan (*Security*) *mobile banking* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan Nasabah BRI

H₃ : Responsif (*Responsivness*) *mobile banking* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan Nasabah BRI

H₄ : Kemudahan (*ease of use*) *mobile banking* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan Nasabah BRI

H₅ : Keandalan (*reliability*) *mobile banking* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan Nasabah BRI