

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Penelitian terdahulu

Penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti sebelumnya sudah ada peneliti-peneliti yang telah melakukan penelitian tentang kualitas layanan internet banking dan implikasi pada kepuasan dan loyalitas konsumen, berikut adalah beberapa penelitian tentang metode ini :

2.1.1. Muslim Amin (2016).

Penelitian Muslim Amin dilakukan di Malaysia dengan tujuan utama dari penelitian ini yang bertujuan untuk menguji kualitas layanan internet banking dan implikasi pada kepuasan dan loyalitas konsumen. Data diperoleh menggunakan 1000 kuesioner yang dibagikan untuk pelanggan internet banking dan 520 dikembalikan (dihasilkan 52% dari tingkat responden).

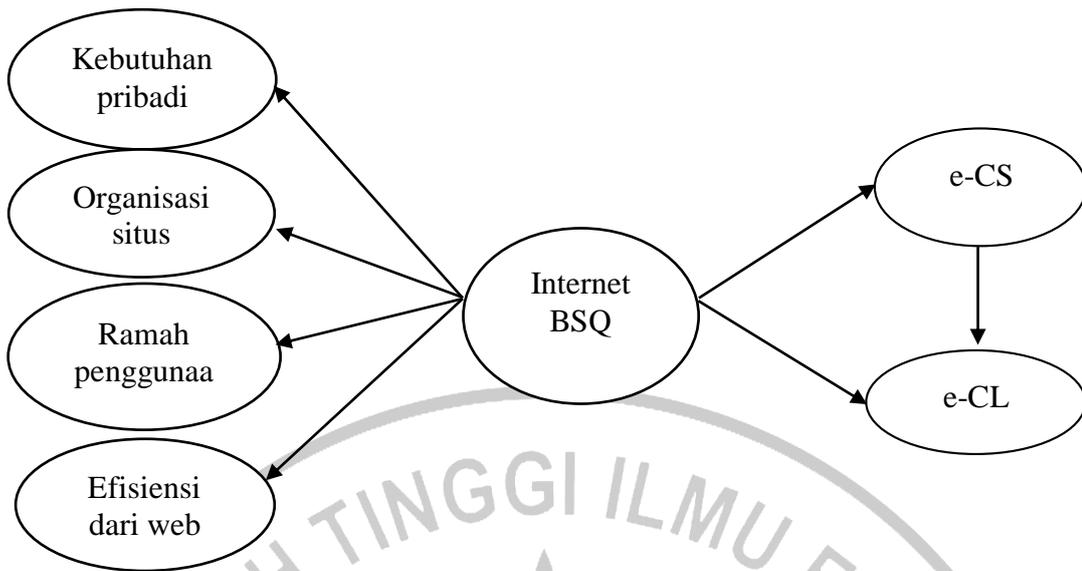
Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan internet banking yang terdiri dari empat dimensi memiliki kehandalan yang sesuai dan masing-masing dimensi memiliki hubungan positif yang signifikan sesuai dengan kualitas layanan internet banking. Efisiensi dari situs perbankan adalah aspek penting dari kualitas layanan internet banking. Temuan menemukan bahwa hubungan antara kualitas internet banking, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan yang signifikan.

Penelitian Muslim Amin (2016) dengan penelitian saat ini memiliki persamaan dan perbedaan. Persamaan tersebut terjadi dikarenakan penelitian Muslim Amin

(2016) menjadikan acuan terhadap penelitian saat ini. Perbedaanpun terjadi dikarenakan penelitian melakukan penelitian tentang kualitas layanan internet banking dan implikasi pada kepuasan dan loyalitas konsumen sedangkan penelitian saat ini hanya membahas tentang apakah dimensi-dimensi yang diteliti termasuk kepada dimensi kualitas layanan dari internet banking.

Persamaan dari penelitian terdahulu Muslim Amin (2016) dengan penelitian ini adalah tujuan yang dilakukan penelitian ini untuk mendalami penelitian mengenai kualitas layanan internet banking dengan empat dimensi yang ada. Variable terikat yang digunakan peneliti tetap menggunakan kualitas layanan internet banking dan Variabel bebas yang digunakan tetap menggunakan empat dimensi yaitu kebutuhan pribadi, situs organisasi, keramahan pengguna, dan efisiensi terhadap web. Instrumen penelitiannya pun tetap menggunakan kuisioner.

Perbedaan dari penelitian terdahulu adalah penelitian yang dilakukan berbeda bila penelitian yang dilakukan oleh Muslim Amin yang mendalami penelitiannya mengenai kualitas layanan internet banking dengan empat dimensi yang ada implikasi pada kepuasan dan loyalitas konsumen sedangkan penelitian saat ini meneliti tentang analisis dimensi kualitas layanan internet banking saja, alat analisis yang digunakan, variable bebas yang digunakan oleh penelitian terdahulu juga meneliti tentang CS dan CL sedangkan penelitian saat ini hanya meneliti tentang empat dimensi saja tempat yang digunakan untuk penelitian tedahulupun berbeda yaitu Malaysia sedangkan saat ini penelitian dilakukan di Indonesia.



Gambar 2.1
kerangka pemikiran Musilim Amin (2016)

2.1.2. Nathan Demyana (2014)

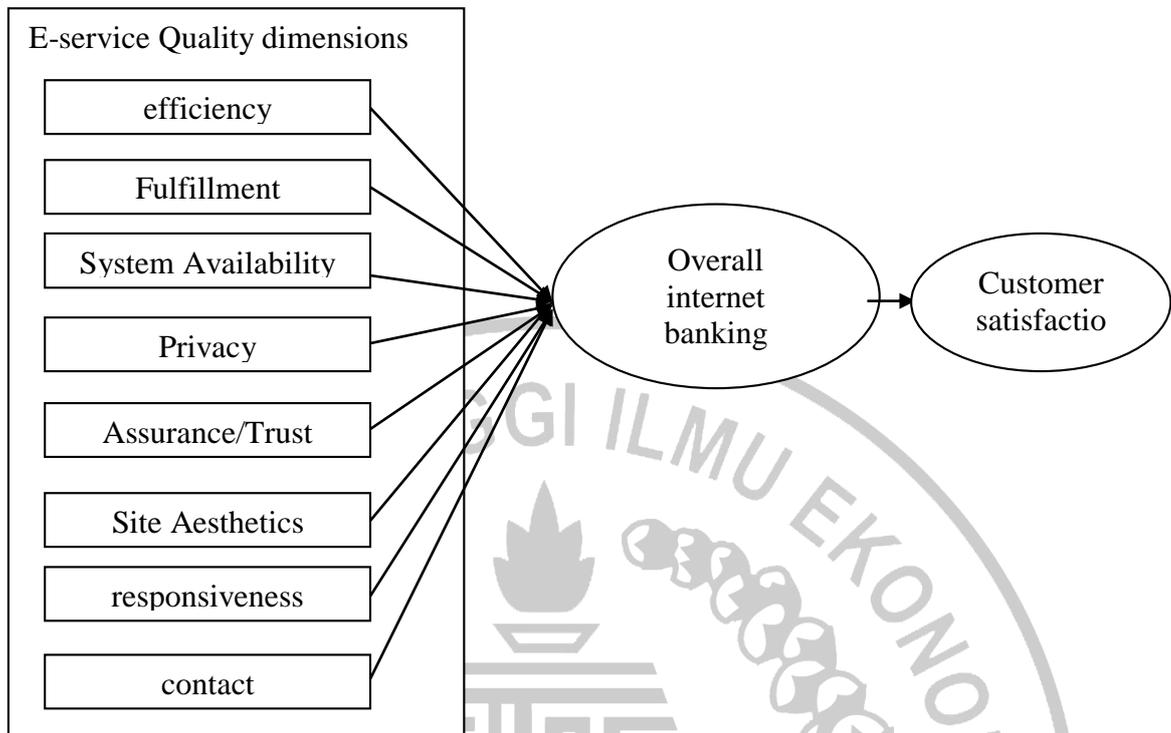
Penelitian yang dilakukan oleh Nathan Demyana yang meneliti tentang hubungan antara dimensi kualitas layanan *e-service* dengan kualitas layanan internet banking dan kepuasan pelanggan. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menguji hubungan dimensi kualitas layanan dengan kualitas layanan internet banking secara keseluruhan dan dampak dari kepuasan pelanggan di industri perbankan USA. Data di peroleh menggunakan kuisisioner yang dilakukan di US dengan responden adalah mahasiswa.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa ada delapan dimensi kunci dari kualitas layanan yaitu; efisiensi, pemenuhan, ketersediaan system, privasi, jaminan atau kepercayaan, estetika situs, responsive dan kontak yang mempengaruhi kualitas layanan secara keseluruhan dan hubungan antara kualitas layanan dan kepuasan pelanggan *internet banking*.

Penelitian Nathan Demyana (2014) dengan penelitian saat ini memiliki persamaan dan perbedaan. Persamaan tersebut terjadi dikarenakan penelitian Nathan Demyana (2014) memiliki tujuan yang sama yaitu menguji hubungan antara dimensi dengan kualitas layanan. Perbedaanpun terjadi dikarenakan penelitian terdahulu menggunakan variable yang berbeda dengan penelitian yang dilaksanakan saat ini.

Persamaan dari penelitian ini adalah alat untuk mengumpulkan data yaitu kuesioner yang dibagikan kepada responden. Variable tetap yang sama untuk digunakan oleh kedua penelitian ini adalah kualitas layanan *internet banking*.

Perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan saat ini adalah variable bebas yang digunakan. Variable yang digunakan oleh penelitian terdahulu adalah Efisiensi, pemenuhan, system ketersediaan, pribadi, jaminan kepercayaan, estetika situs, *responsiveness*, kontak. Sedangkan penelitian saat ini menggunakan komponen variable bebas yaitu Kebutuhan Pribadi, Keramahan Pengguna, Situs Organisasi, Efisiensi pada Web. Lokasi yang digunakan pun berbeda, lokasi awal yang digunakan untuk penelitian terdahulu adalah di USA. Sedangkan penelitian saat ini peneliti lakukan di Indonesia. Alat analisis yang digunakan peneliti saat ini pun berbeda yaitu menggunakan analisis faktor SPSS



Gambar 2.2

kerangka pemikiran terdahulu Nathan Demyana (2014)

2.1.3. Ainul Yaqin (2014)

Penelitian ini yang meneliti tentang Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah. Tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui pengaruh hubungan positif yang signifikan antara kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah bank kepuasan pengguna e-banking di Surabaya. Data diperoleh menggunakan 115 responden.

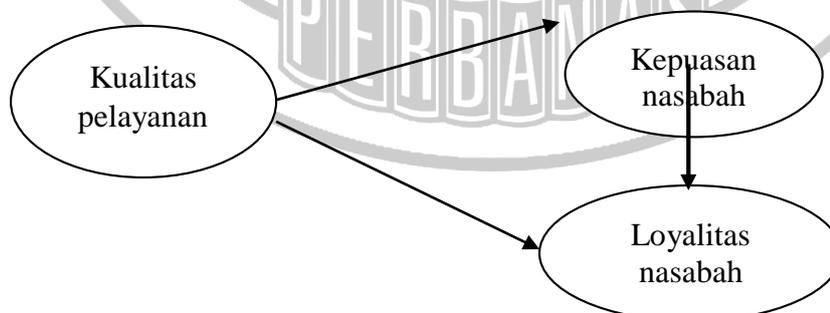
Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan tidak berpengaruh signifikan dan

positif. Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan berpengaruh positive yang signifikan.

Penelitian Ainul Yaqin (2014) dengan penelitian saat ini memiliki persamaan dan perbedaan. Persamaan tersebut terjadi dikarenakan penelitian yang dilakukan oleh Ainul Yaqin (2014) menggunakan variable terikat yang sama dengan variable yang digunakan oleh penelitian saat ini. Perbedaan pun terjadi dikarenakan penelitian terdahulu melakukan penelitian tentang kualitas layanan yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah.

Persamaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini adalah keduanya menguji tentang kualitas layanan internet banking, Lokasi yang digunakan untuk meneliti adalah Surabaya, cara pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner.

Perbedaan yang terdapat dari penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini adalah variable bebas yang digunakan bila penelitian terdahulu menggunakan Kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah. Penelitian saat ini menggunakan variable Kebutuhan Pribadi, Keramahan Pengguna, Situs Organisasi, Efisiensi pada Web.



Gambar 2.3

kerangka pemikiran Ainul Yakin (2014)

2.1.4. Alffian Tan, Paulus Sukpto, dan Carles Sitompul (2014)

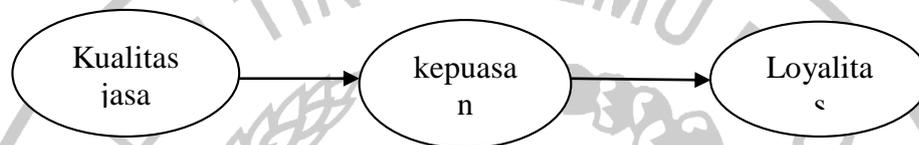
Penelitian ini yang meneliti tentang Pengembangan dimensi kualitas layanan e-banking dan hubungannya dengan kepuasan serta loyalitas konsumen. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi segmen-segmen konsumen yang terdapat dalam industri e-banking, mengidentifikasi dimensi-dimensi kualitas jasa dalam setiap segmen tersebut, dan menguji hubungan antara kualitas jasa, kepuasan dan loyalitas. Data diperoleh menggunakan 150 responden.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengguna pada segmen 1 terdapat 4 dimensi untuk menilai kualitas layanan yaitu *fulfilment*, *efficiency*, *assurance* dan *web design* pada segmen lainnya menggunakan 5 dimensi dalam menilai kualitas layanan yaitu *fulfilment*, *efficiency*, *information technology* dan *responsiveness*.

Penelitian Alffian Tan, Paulus Sukpto, dan Carles Sitompul (2014) dengan penelitian saat ini memiliki persamaan dan perbedaan. Persamaan tersebut terjadi dikarenakan penelitian yang dilakukan oleh Alffian Tan, Paulus Sukpto, dan Carles Sitompul (2014) menggunakan variable terikat yang sama dengan variable yang digunakan oleh penelitian saat ini. Perbedaan pun terjadi dikarenakan penelitian terdahulu melakukan penelitian tentang kualitas layanan yang berpengaruh terhadap loyalitas nasabah, dan dimoderasi dengan kepuasan nasabah.

Persamaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini adalah keduanya **menguji tentang kualitas layanan/jasa internet banking**, cara pengumpulan data yang digunakan adalah **kuesioner**, keduanya pun **mencari dimensi baru dan menggunakan alat analisis yaitu analisis faktor**

Perbedaan yang terdapat dari penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini adalah variable bebas yang digunakan bila penelitian terdahulu menggunakan Kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah. Penelitian saat ini menggunakan variable Kebutuhan Pribadi, Keramahan Pengguna, Situs Organisasi, Efisiensi pada Web, lokasi yang digunakan pun berbeda, populasi yang digunakan pun juga berbeda dengan penelitian saat ini.



2.1.5. Mohammad saduque khan dan siba sankar mahapatra (2009)

Penelitian ini yang meneliti tentang *service quality evaluation in internet banking : an empirical study in india*. Tujuan penelitian ini adalah Mengevaluasi kualitas layanan internet banking (e-banking) di india dari prespektif pelanggan.

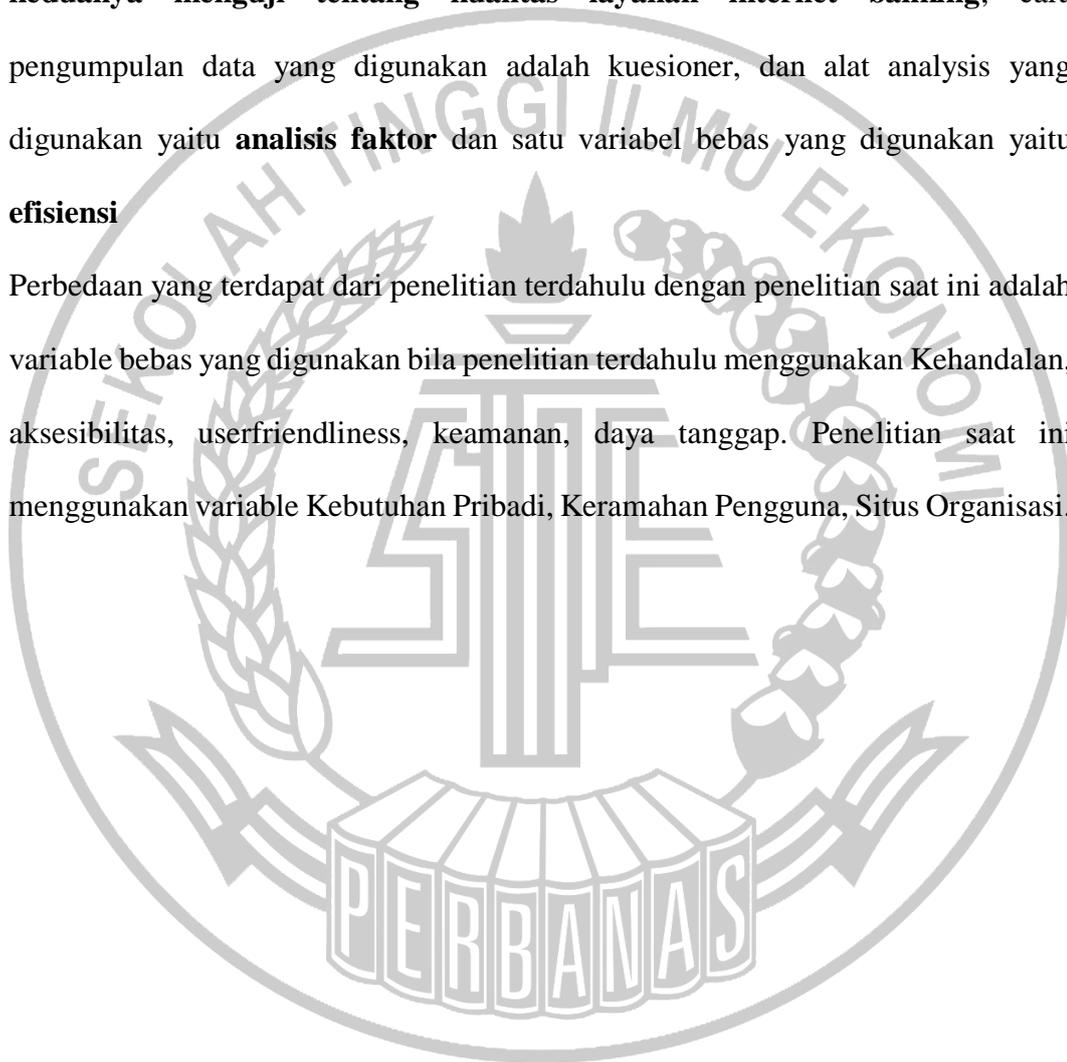
Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Menunjukkan bahwa pelanggan meraa puas dengan kualitas pelayanan pada empat dimensi seperti kehandalan, aksesibilitas, keamanan, daya tanggap dan kepuasan namun kurang puas dengan dimensi ‘useer-friendliness’

Penelitian Mohammad Saduque khan dan siba sankar mahapatra (2009) dengan penelitian saat ini memiliki persamaan dan perbedaan. Persamaan tersebut terjadi dikarenakan penelitian yang dilakukan oleh Mohammad Saduque khan dan siba sankar mahapatra (2009) menggunakan variable terikat yang sama dengan variable yang digunakan oleh penelitian saat ini. Perbedaan pun terjadi dikarenakan

penelitian terdahulu melakukan penelitian tentang kualitas layanan yang berpedaerah yang digunakan oleh peneliti dengan penelitian terdahulu yang berbeda.

Persamaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini adalah **keduanya menguji tentang kualitas layanan internet banking**, cara pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner, dan alat analisis yang digunakan yaitu **analisis faktor** dan satu variabel bebas yang digunakan yaitu **efisiensi**

Perbedaan yang terdapat dari penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini adalah variabel bebas yang digunakan bila penelitian terdahulu menggunakan Keandalan, aksesibilitas, userfriendliness, keamanan, daya tanggap. Penelitian saat ini menggunakan variabel Kebutuhan Pribadi, Keramahan Pengguna, Situs Organisasi.



Tabel 2.1
RINGKASAN PERBEDAAN DAN PERSAMAAN
DENGAN PENELITIAN TERDAHULU

Keterangan	Muslim Amin (2016)	Nathan Demyana (2014)	Ainul Yakin (2014)	Alfian Tan, Paulus Sukpto dan carles Sintompul (2014)	Mohammad saduque khan dan siba sankar mahapatra (2009)	Peneliti (2018)
Judul	<i>Internet banking service quality and its implication o e-customer statisfaction and e-customer loyalty</i>	<i>The relationship among e-service quality dimension, overall internet banking service quality, and customer satisfaction in the USA</i>	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah bank pengguna e-banking disurabaya	Pengembangan dimensi kualitas layanan e-banking dan hubungannya dengan kepuasan serta loyalitas konsumen	<i>Service quality evaluation in internet banking: an empirical study in india</i>	Analisis konfirmasi dimensi kualitas layanan internet banking nasabah CIMB Niaga di Surabaya
Tujuan	Menguji kualitas layanan, implikasi pada kepuasan	Menguji hubungan dimensi	Untuk mengetahui pengaruhi	untuk mengidentifikasi segmen-	Mengevaluasi kualitas layanan internet banking	Menganalisis dan mengkonfirmasi dimensi kualitas

Keterangan	Muslim Amin (2016)	Nathan Demyana (2014)	Ainul Yakin (2014)	Alfian Tan, Paulus Sukapto dan carles Sintompul (2014)	Mohammad saduque khan dan siba sankar mahapatra (2009)	Peneliti (2018)
	dan dan loyalitas pelanggan	kualitas layanan perbankan kualitas layanan internet banking secara keseluruhan dan efek pada kepuasan pelanggan di industry perbankan USA	pengaruh hubungan positif yang signifikan antara kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah bank kepuasan pengguna e- banking di Surabaya	segmen konsumen yang terdapat dalam industri e- banking, mengidentifikasi dimensi- dimensi kualitas jasa dalam setiap segmen tersebut, dan menguji hubungan atntara kualitas jasa, kepuasam dan loyalitas.	(e-banking) di india dari prespektif pelanggan	layanan internet banking
Variabel Terikat	Kualitas layanan internet banking	Kualitas layanan internet banking	Kualitas layanan internet banking	Kualitas jasa	Kualitas layanan internet banking	Kualitas layanan internet banking

Keterangan	Muslim Amin (2016)	Nathan Demyana (2014)	Ainul Yakin (2014)	Alfian Tan, Paulus Sukapto dan carles Sintompul (2014)	Mohammad saduque khan dan siba sankar mahapatra (2009)	Peneliti (2018)
Variabel Bebas	Kebutuhan Pribadi, Keramahan Pengguna, Situs Organisasi, Efisiensi pada Web, CS, CL	Efisiensi, pemenuhan, system ketersediaan, pribadi, jaminan kepercayaan, estetika situs, responsiveness, kontak	Kualitas nasabah, loyalitas nasabah	Loyalitas	Kehandalan, aksesibilitas, userfriendliness, keamanan, efisiensi, daya tanggap	Kebutuhan Pribadi, Keramahan Pengguna, Situs Organisasi, Efisiensi pada Web
Alat Analisis	<i>Square root of AVE discriminat validity</i>	<i>Square root of AVE discriminat validity</i>	<i>Stratified random sampling</i>	<i>Analysis Factor</i>	<i>Regresi, Analysis Factor</i>	<i>Analysis Factor</i>
Lokasi	Malaysia	USA	Surabaya	Bandung	India	Surabaya
Instrumen Penelitian	Kuesioner	Kuesioner	Kuesioner	Kuisioner dan wawancara	Kuesioner	Kuesioner

Keterangan	Muslim Amin (2016)	Nathan Demyana (2014)	Ainul Yakin (2014)	Alfian Tan, Paulus Sukpto dan carles Sintompul (2014)	Mohammad saduque khan dan siba sankar mahapatra (2009)	Peneliti (2018)
Jumlah Responden	520	160	115	150		140
Hasil	Keempat dimensi adalah konstruksi yang berbeda. Kualitas layanan internet banking yang terdiri dari empat dimensi memiliki kehandalan dan dimensi yang sesuai memiliki hubungan positif yang signifikan dengan kualitas layanan internet banking. Kualitas layanan internet banking,	Hasil penelitian menunjukkan hubungan yang signifikan antara dimensi kualitas layanan, keseluruhan kualitas layanan internet banking, dan kepuasan pelanggan.	Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dan pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan tidak berpengaruh signifikan dan positif. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap	Para pengguna memiliki ekspektasi tinggi terhadap kualitas layanan <i>e-banking</i> (segmen1) serta pengguna dengan di tingkat ekspektasi menengah (segmen2)	Menunjukkan bahwa pelanggan merasa puas dengan kualitas pelayanan pada empat dimensi seperti kehandalan, aksesibilitas, keamanan, daya tanggap dan kepuasan namun kurang puas dengan dimensi 'user-friendliness'.	Keempat dimensi masih merupakan dimensi dari kualitas layanan internet banking dan penelitipun menemukan 4 faktor baru pada penelitian ini.

Keterangan	Muslim Amin (2016)	Nathan Demyana (2014)	Ainul Yakin (2014)	Alfian Tan, Paulus Sukapto dan carles Sintompul (2014)	Mohammad saduque khan dan siba sankar mahapatra (2009)	Peneliti (2018)
	kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan signifikan.		loyalitas pelanggan berpengaruh positif yang signifikan			

2.2. Landasan Teori

2.2.1. *Internet Banking Service Quality*

Internet banking muncul pertama kali di Indonesia pada tahun 2001. Awal masuknya pemograman internet banking di Indonesia pertama adalah Bank Indonesia. “*Internet banking* itu sendiri adalah jasa dan produk bank secara langsung kepada nasabah melalui seluruh saluran komunikasi elektronik interaktif Ainal Yakin (2014) dan menurut bank indonesia (2004), internet banking merupakan salah satu pelayanan jasa bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet. Selain itu didefinisikan oleh Santouridis dan Panagiotis Trivellas bahwa kualitas layanan biasanya dipahami sebagai ukuran seberapa baik tingkat pelayanan yang diberikan sesuai ekspektasi pelanggan.

2.2.2. *Kebutuhan Pribadi*

Konsumen merasakan bahwa ada hal yang dirasakan kurang dan menuntut untuk di penuhi adalah definisi dari kebutuhan pribadi menurut Tatik suryani (2013:15). Kebutuhan manusia pun terbagi menjadi 5 yaitu kebutuhan fisiologis, rasa aman, sosial, akan penghargaan dan aktualisasi diri dimana 5 kebutuhan ini mengaju pada teori hirarki kebutuhan manusia dari maslow yang ditulis kembali oleh tatik suryani (2013:32)

2.2.3. *Situs Organisasi*

Oganisasi adalah kelompok yang terdiri atas dua atau lebih orang yang bekerja sama untuk mencapai seperangkat tujuan yang dinyatakan oleh Pride, Hughes dan

Kapoor (2015:293) menurut Robbins, Decenzo dan Coulter (2012:5) organisasi adalah pengauran sistematis orang-orang dibawa bersama untuk mencapai beberapa tujuan tertentu. Definisi organisasi menurut Richard L. Daft (2008:12) organisasi adalah entitas sosial yang diarahkan dengan tujuan dan bentuk dengan penuh pertimbangan.

2.2.4. Mudah digunakan

Mudah digunakan adalah kemungkinan bagi pengguna untuk memiliki kemudahan untuk memahami arus informasi dan pengalaman berinteraksi dengan pemerintah (Carter and Belanger, 2005). Mudah digunakan dalam arti bagaimana nasabah dapat dengan mudah memahami, mengoperasikan internet banking yang dimiliki dan lancarnya nasabah dalam melakukan transaksi di internet banking.

2.2.5. Efisiensi pada Web.

Efisiensi adalah melakukan hal yang benar, atau mendapatkan hasil terbanyak dari jumlah input yang paling sedikit menurut Robbins, Decenzo dan Coulter (2012:7) sedangkan efisiensi menurut Richard L. Daft (2008:12) efisiensi adalah jumlah sumber daya minimal yang diperlukan untuk menghasilkan sejumlah produksi yang di inginkan. Menurut Kenneth dan Jane web site adalah semua halaman world wide web dikelola oleh organisasi atau individu.

2.2.6. Efisiensi dari situs sebagai dimensi dari Kualitas layanan internet banking

Menurut Sohail dan Shaikh (2008) yang menyatakan bahwa efisiensi dari situs berpengaruh pada evaluasi pengguna dari kualitas layanan internet banking dan nasabah perbankan online lebih fokus pada kecepatan download dan menyelesaikan transaksi yang cepat. Dengan kecepatan dari mendownload dalam menyelesaikan

transaksi, nasabah tidak merasa waktu yang terbuang dengan sia-sia saat melakukan transaksi di *internet banking* itu sendiri. Internet banking merupakan faktor kemudahan dan kecepatan dalam penggunaannya yang ditawarkan perbankan kepada nasabah. Kecepatan dari situs juga menjadi bagian yang penting dalam efisiensi dari situs yang juga menjadi penilaian bagi kualitas layanan itu sendiri.

(chemingui, 2013; chen dann teng, 2013; chllier dan bienstock, 2006; herington dan weaven, 2009; Ho et al., 2012; jayawardhena, 2004) menyatakan bahwa untuk memberikan kualitas layanan internet banking yang baik, *internet banking* harus menyediakan pelanggan mereka situs yang efektif dan efisien dalam lingkungan yang sesuai dan memperbarui pengembangan teknologi mereka. Apabila nasabah merasakan hal yang sebaliknya dalam penggunaan dari situs internet banking inipun maka kualitas layanan yang dirasakan dan dinilai oleh nasabah pun menjadi buruk.

2.2.7. Kebutuhan pribadi sebagai dimensi dari Kualitas layanan internet banking

Hubungan antara kebutuhan pribadi dengan kualitas layanan internet banking sendiri dapat diketahui dari kebutuhan pelanggan yang dapat dipenuhi oleh layanan jasa yang dimiliki dari situs yang mereka gunakan yang menjadi penilaian atas baik atau tidaknya situs tersebut .

Kotler yang dikutip oleh Tjiptono (1996) menyatakan bahwa kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Pelanggan adalah pihak yang menggunakan jasa dan dapat menilai berkualitas atau tidaknya suatu jasa yang mereka konsumsi. Pelayanan jasa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh

pelanggan dari *internet banking* itu sendiri sebaiknya diperhatikan oleh pihak perbankan seperti yang dikatakan oleh Bressolles dkk. (2014) Manajer harus memperhatikan aspek peningkatan kegunaan mereka dari *navigation interface* dan berfokus pada aspek keamanan atau privasi untuk memelihara hubungan dengan pelanggan mereka.

2.2.8. Mudah digunakan sebagai dimensi dari Kualitas layanan internet banking

Anderson dan Srinivasan (2003) mengemukakan bahwa kepuasan e-customer adalah didorong oleh karakteristik situs web (misalnya kemudahan penggunaan), karena situs web adalah prinsipnya antarmuka antara pelanggan dan perusahaan.

Menurut Yusuf dan Stone (2003) mengatakan bahwa ketersediaan layanan pengiriman internet banking dan keramahan pengguna tampaknya berkorelasi dengan kepuasan pelanggan yang tinggi dan penyimpanan. Dampak yang luas dapat dirasakan bila nasabah kesulitan untuk mencari dan menyelesaikan transaksi mereka dari jasa yang ditawarkan oleh perbankan saat menggunakan internet banking maka konsumen akan berfikir buruknya kualitas layanan dan tidak puas mereka pada jasa yang telah hal ini berpengaruh pada kepuasan customer karena terdapat pengaruh antara kepuasan pelanggan dan kualitas layanan dari *internet banking*.

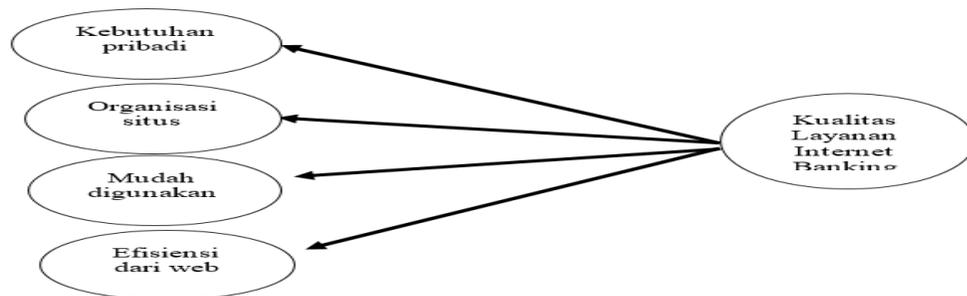
Penelitian terdahulu menyatakan bahwa kualitas layanan internet banking memiliki hubungan yang positif dengan kepuasan pelanggan e-customer (Carlson dan O'Cass, 2011; Herington and Weaven, 2009; Ho et al., 2012; Kaura et al., 2015). Maka dari itu pihak perbankan harus dapat mempertahankan kualitas layanan yang diberikan pada konsumen.

2.2.9. Situs organisasi sebagai dimensi dari Kualitas layanan internet banking

Penelitian sebelumnya Muslim Amin (2016) menyatakan bahwa Dalam penelitian ini, empat dimensi kunci kualitas layanan internet banking (kebutuhan pribadi, situs organisasi, keramahan pengguna dan efisiensi situs web), telah ditemukan sebagai utama faktor yang mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan. Dimana loyalitas dan kepuasan nasabah berpengaruh pada kualitas layanan yang memiliki 4 dimensi yang salah satunya adalah situs organisasi. Situs organisasi disini adalah bagaimana nasabah dapat merasakan kemudahan dalam organisasi, baiknya tampilan yang disajikan oleh itu sendiri dan mudahnya penggunaan dari internet banking itu sendiri.

2.3. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran ini untuk mempermudah untuk memahami pengaruh dimensi terhadap variabel tetap. Berikut ini adalah gambaran dari kerangka pemikiran



Gambar 2.4

Kerangka Pemikiran

2.4. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan landasan teori dan kerangka pemikiran yang telah dijelaskan, maka didapatkan beberapa hipotesis sebagai berikut :

- H1 : Apakah Kebutuhan Pribadi adalah dimensi dari Kualitas Layanan Internet banking
- H2 : Apakah Situs Organisasi adalah dimensi dari Kualitas Layanan Internet Banking
- H3 : Apakah Ramah Penggunaan adalah dimensi dari Kualitas Layanan Internet Banking
- H4 : Apakah Efisiensi Web adalah dimensi dari Kualitas Layanan Internet Banking