

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kualitas Pelayanan

2.1.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Sudah menjadi keharusan perusahaan melakukan kualitas pelayanan yang terbaik supaya mampu bertahan dan tetap menjadi kepercayaan pelanggan. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan manfaat diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis, pelanggan akan merekomendasikan dari mulut ke mulut yang menguntungkan perusahaan. Menurut (Arianto, 2018) kualitas pelayanan berlaku untuk semua jenis layanan yang disediakan oleh perusahaan saat klien berada di perusahaan. Pengukuran kualitas pelayanan dapat dilihat dari suatu layanan yang telah diterima oleh konsumen untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan harapannya.

2.1.2 Prinsip-Prinsip Kualitas Pelayanan

Dalam memberikan kualitas pelayanan perusahaan juga harus memiliki prinsip untuk mewujudkannya, ada enam pokok prinsip dalam kualitas pelayanan menurut (Chandra, 2016), yaitu :

1. Kepemimpinan Strategi kualitas perusahaan harus merupakan inisiatif dan komitmen manajemen puncak. Manajemen puncak harus

memimpin perusahaannya untuk meningkatkan kualitas hanya berdampak kecil terhadap perusahaannya.

2. Pendidikan semua personil perusahaan dari manajer puncak sampai karyawan operasional harus memperoleh pendidikan mengenai kualitas. Aspek-aspek yang perlu mendapat penekanan dalam pendidikan tersebut meliputi konsep kualitas sebagai strategi bisnis, alat dan teknis implementasi strategi kualitas, dan peranan eksekutif dalam implementasi strategi kualitas.
3. Perencanaan proses strategi harus mencakup pengukuran dan tujuan kualitas yang dipergunakan dalam mengarahkan perusahaan untuk mencapai visinya.
4. Review proses merupakan satu-satunya alat yang paling efektif bagi manajemen untuk mengubah perilaku organisasional. Proses ini merupakan suatu mekanisme yang menjamin adanya konstan untuk mencapai tujuan kualitas.
5. Komunikasi implementasi strategi kualitas dalam organisasi dipengaruhi oleh proses komunikasi dalam perusahaan. Komunikasi harus dilakukan oleh karyawan, pelanggan, dan stakeholder perusahaan lainnya. Seperti pemasok, pemegang saham, pemerintah, masyarakat umum, dan lain-lain.
6. Penghargaan dan pengakuan penghargaan merupakan aspek yang penting dalam implementasi strategi kualitas. Setiap karyawan yang berprestasi baik perlu diberikan penghargaan dan prestasinya tersebut

diakui. Dengan demikian diberikan penghargaan dan prestasinya tersebut diakui. Dengan demikian dapat meningkatkan motivasi, moral kerja, rasa bangga, rasa kepemilikan setiap orang dalam organisasi, yang pada akhirnya dapat memberikan kontribusi besar bagi perusahaan dan bagi pelanggan yang dilayani.

2.2 Kepuasan Pelanggan

2.1.2 Pengertian Kepuasan Pelanggan

Menurut (Yuwono et al., 2019) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya. Jika produk atau jasa yang diberikan oleh perusahaan sesuai dengan ekspektasi pelanggan, maka pelanggan akan merasa puas. Sebaliknya, jika produk atau jasa yang diberikan oleh perusahaan tidak sesuai dengan ekspektasi pelanggan, maka pelanggan akan merasa kecewa.

2.2.2 Faktor-Faktor yang Menentukan Tingkat Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan penilaian setiap konsumen dengan membandingkan antara kondisi yang ada dengan kondisi yang diharapkan. Dalam memenuhi kepuasan pelanggan terdapat beberapa faktor untuk menentukan tingkat dari kepuasan yang dirasakan pada pelanggan. Menurut (Setiamy & Deliani, 2019) faktor-faktor pendorong kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut :

1. Kualitas produk, pelanggan puas setelah membeli dan menggunakan produk tersebut ternyata kualitas produknya baik.
2. Harga untuk pelanggan yang sensitif, biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena pelanggan akan mendapatkan nilai yang tinggi.
3. Service quality kepuasan terhadap kualitas pelayanan biasanya sulit ditiru. Kualitas pelayanan merupakan driver yang mempunyai banyak dimensi, salah satunya yang populer adalah SERVQUAL.
4. Emotional factor pelanggan akan merasa puas (bangga) karena adanya emotional value yang diberikan oleh brand dari produk tersebut.
5. Biaya dan kemudahan pelanggan akan semakin puas apabila relative mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk atau kualitas pelayanan.

2.3 Kualitas Produk

2.3.1 Pengertian Kualitas Produk

Menurut (Rahman, 2018) menyatakan bahwa kualitas produk merupakan kekuatan dari sebuah produk terhadap fungsinya, adapun yang meliputinya adalah keterampilan, ketahanan, ketelitian, kemudahan, operasi, peningkatan produk, serta atribut yang bernilai lainnya. Berdasarkan pengertian di atas maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk adalah keseluruhan ciri, karakteristik dan spesifikasi yang dimiliki suatu barang atau jasa yang bergantung pada kemampuannya

untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Konsumen akan lebih menyukai dan memilih produk yang mempunyai kualitas lebih baik bila dibandingkan dengan produk lain sejenis yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya.

2.4 BNI Mobile Banking

2.4.3 Pengertian Mobile Banking

Arti istilah Mobile Banking atau disingkat dengan M-banking merupakan sebuah sistem layanan dari sebuah lembaga keuangan seperti Bank yang ditawarkan pada nasabah untuk mendukung kelancaran dan kemudahan melakukan sejumlah transaksi keuangan secara efektif dan efisien yang dapat diakses langsung oleh nasabah melalui perangkat telepon seluler berbasis internet. Mobile Banking pertama kali diluncurkan pada akhir tahun 1995 oleh Excelcom. Latar belakang kemunculan mobile banking disebabkan oleh bank-bank pada masa itu yang ingin memanfaatkan teknologi (Layyina, 2023)

Bank Negara Indonesia atau BNI adalah sebuah institusi bank milik pemerintah yang dikelola oleh Badan Usaha Milik Negara (BUMN), merupakan bank komersial tertua dalam sejarah setelah kemerdekaan. Pada tahun 2007 Bank Negara Indonesia (BNI) sudah mulai memperkenalkan layanan m-banking. Seiring dengan berjalannya waktu kebutuhan masyarakat terhadap transaksi digital semakin meningkat dengan kemudahan layanan yang ditawarkan

oleh perbankan. Itulah mengapa BNI terus melakukan inovasi fitur yang memudahkan nasabah sehingga mendorong peningkatan *user* dan kinerja transaksi BNI mobile banking.

Layanan mobile banking dapat memudahkan pengguna mulai dari mengecek saldo, transfer sesama bank atau beda bank, membayar tagihan (listrik, air, internet) dan lain sebagainya. Dengan mobile banking segalanya bisa dilakukan dan dengan sangat mudah. Hal itu akhirnya sekarang membuat masyarakat tertarik sehingga banyak yang mempunyai aplikasi mobile banking ini. Selain kepuasan nasabah yang semakin meningkat, bank juga ikut merasakan keuntungannya dan tidak lupa selalu meningkatkan layanan mobile banking menjadi lebih baik dan lebih menarik dari sebelumnya supaya nasabah tetap nyaman dan semakin banyak yang tertarik untuk memiliki mobile banking. (Hoffman, 2023)

2.4.2 Dampak Penggunaan Mobile Banking

Secara khusus penggunaan mobile banking berdampak positif bagi bank dan nasabah. Dampaknya adalah :

a. Bagi Bank

Dampak positif penggunaan mobile banking bagi bank termasuk peningkatan jumlah nasabah dan peningkatan kepercayaan nasabah terhadap bank. Dengan adanya layanan ini,

bank dapat menarik lebih banyak pelanggan dan memperkuat hubungan dengan nasabah yang sudah ada.

b. Bagi Nasabah

Bagi nasabah, penggunaan mobile banking memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi perbankan. Dengan adanya layanan ini, nasabah dapat menikmati pelayanan yang lebih baik karena transaksi perbankan menjadi lebih cepat dan praktis.

2.4.3 Fitur-Fitur BNI Mobile Banking

BNI mobile banking hadir dengan berbagai fitur canggih yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan nasabah di era digital ini. Dengan tujuan utama untuk memberikan kemudahan dan efisiensi dalam bertransaksi, aplikasi ini menawarkan solusi perbankan yang dapat diakses kapan saja dan dimana saja.

Berikut beberapa fitur umum yang terdapat dalam BNI Mobile Banking :

- a. Rekeningku : pengguna dapat dengan mudah memeriksa saldo dan melihat riwayat transaksi rekening mereka.
- b. Transfer : pengguna dapat mentransfer uang antar rekening BNI maupun ke rekening bank lain.
- c. Pembayaran : fasilitas untuk membayar tagihan seperti tagihan listrik, air, telepon, kartu kredit, tiket kereta api, tiket penerbangan,

- biaya pendidikan, pajak, samsat, bpjs ketenagakerjaan, bpjs kesehatan.
- d. Pembelian : pengguna dapat membeli pulsa telepon, paket data, token listrik, asuransi BNI Life langsung melalui aplikasi.
 - e. E-Wallet : kemudahan untuk mengisi saldo e-money seperti Tapcash, LinkAja, Go-Pay, ShopeePay, OVO, DANA, i-Saku.
 - f. Life Goals : dengan adanya life goals nasabah dapat merencanakan masa depan finansialnya dengan lebih baik.
 - g. Mobile Tunai : layanan mobile tunai untuk melakukan transaksi tunai tanpa harus membawa kartu ATM fisik, yang bisa sangat berguna dalam situasi darurat.

2.4.5 *Experience* Nasabah dalam Menggunakan BNI Mobile Banking

Nasabah adalah seseorang atau entitas yang menggunakan layanan dari lembaga keuangan seperti bank atau perusahaan asuransi. Sebagai nasabah, seseorang bisa memanfaatkan berbagai produk dan layanan yang ditawarkan oleh lembaga keuangan tersebut, seperti membuka rekening, melakukan transaksi keuangan, meminjam uang, atau membeli produk asuransi.

Secara umum, nasabah adalah pihak yang menjalin hubungan dengan lembaga keuangan untuk kepentingan finansial mereka sendiri, baik itu untuk menabung, menginvestasikan dana, mengelola risiko, atau mendapatkan layanan keuangan lainnya. Lembaga keuangan pada

gilirannya memberikan layanan dan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan nasabah tersebut. (Caron & Markusen, 2016)

Meskipun BNI Mobile Banking menawarkan berbagai fitur yang beragam, pengguna mengalami beberapa tantangan dan masalah dalam penggunaannya. Beberapa masalah yang dihadapi pengguna, berdasarkan penelitian sebelumnya dan hasil wawancara yang dilakukan, meliputi :

- a. Kesulitan mencari bukti transaksi : beberapa pengguna mengalami kesulitan dalam mencari bukti transaksi setelah menggunakan aplikasi.
- b. Kendala teknis : termasuk masalah seperti keterlambatan aplikasi, kesulitan dalam melakukan top up tapcash dan e-wallet, serta masalah error lainnya tanpa diketahui penyebabnya.
- c. Kualitas layanan : penggunaan yang tidak sesuai harapan terhadap layanan yang diberikan, meskipun aplikasi sudah melalui tahapan pengujian seperti *usability*, *penetration* dan *performance*.

2.5 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Pika Valendia (2023)	Analisis Penerapan Digital Banking Terhadap Peningkatan Kualitas Pelayanan Pada Bank Syariah Indonesia KC S Parman 2 Kota Bengkulu	Penelitian Kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam reliabilitasnya BSI menyampaikan pelayanan menggunakan aplikasi marketing tools, mempunyai basic staff program training, refreshment dan evaluasi untuk pengembangan kompetensi, kemampuan daya tanggap memuaskan, pengaksesan berjalan cepat, menginformasikan kepastian waktu penyampaian jasa dan informasi yang diberikan lengkap. Kemampuan

No	Nama Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
				menumbuhkan rasa percaya berupa pertanggung jawaban atas tindakan pelayanan yang kurang memuaskan, layanan yang lebih baik secara waktu dan sistem.
2	Cut Aja Anis Layyinna (2023)	Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi BNI Mobile Banking Menggunakan Metode <i>End User Computing Satisfaction (EUCS)</i>	Metode Kuantitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa aplikasi BNI Mobile Banking memiliki beberapa kekuatan dan area untuk perbaikan berdasarkan kepuasan pengguna. Penelitian ini menggunakan model End User Computing Satisfaction (EUCS) dengan tujuh variabel, yang mencakup lima variabel utama (content,

No	Nama Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
				<p>accuracy, format, ease of use, dan timeliness) serta dua variabel tambahan (security dan speed of response). Dari tujuh hipotesis yang diuji, enam hipotesis terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi BNI Mobile Banking. Variabel-variabel tersebut adalah content, accuracy, ease of use, timeliness, security, dan speed of response. Ini berarti bahwa kepuasan pengguna sangat dipengaruhi oleh kualitas konten yang disediakan, ketepatan informasi dan transaksi, kemudahan</p>

No	Nama Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
				<p>penggunaan aplikasi, kecepatan dalam pemrosesan transaksi, keamanan data, dan responsivitas aplikasi terhadap input pengguna. Namun, variabel format tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna dalam konteks penelitian ini. Kendala yang dihadapi oleh pengguna, seperti masalah setelah pembaruan aplikasi, debug OTP, dan kesulitan memasukkan data, menunjukkan perlunya perhatian lebih dalam perbaikan dan pengembangan fitur</p>

No	Nama Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
				<p>aplikasi. Rekomendasi dari hasil penelitian ini mencakup peningkatan pada aspek-aspek yang memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna untuk memperbaiki pengalaman pengguna dan memastikan aplikasi BNI Mobile Banking tetap kompetitif dan efisien.</p>
3	Raysa Sekar Putri (2019)	Pengaruh Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank BTN Syariah Semarang	Deskriptif Kualitatif	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada sub-struktural I variabel Assurance, Reliability, Empathy, dan Responsiveness memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini</p>

No	Nama Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
				<p>dibuktikan dengan nilai signifikansi variabel Assurance (0,022), Reliability (0,001), Empathy (0,022) dan Responsiveness (0,015) yang mana tingkat signifikansi masing-masing variabel lebih kecil dari signifikansi 0,05. Sedangkan variabel Compliance dan Tangible tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah. Kemudian pada sub-struktural II variabel Assurance, Responsiveness dan Kepuasan nasabah memiliki pengaruh secara signifikan terhadap</p>

No	Nama Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
				loyalitas nasabah, Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi variabel Assurance (0,002), Reliability (0,015), dan Kepuasan (0,001) yang mana tingkat signifikansi masing masing variabel lebih kecil dari signifikasi 0,05. Sedangkan variabel Compliance, Reliability, Tangible dan Empahty tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah.
4	Rinjani Meisy Prina Utami (2022)	Pengaruh Penggunaan E- Banking, Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan	Metode Kuantitatif	Hasil yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa Pengaruh Penggunaan EBanking, Kepercayaan, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas

No	Nama Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
		Terhadap Loyalitas Nasabah Bank BNI Syariah KCP Cilacap		Nasabah Bank BNI Syariah KCP Cilacap memiliki hubungan signifikan dan positif terhadap minat menggunakan internet banking
5	(Muhammad Cahya Hairul, 2022)Muhammad Cahya Hairul (2022)	Kepuasan Nasabah Dalam Penggunaan Aplikasi BSI Mobile Di PT Bank Syariah Indonesia(Persero) Kantor Cabang Pembantu Balikpapan Baru 1	Metode Kuantitatif	Hasil penelitian dengan analisis yang dilakukan dengan menggunakan metode <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i> menunjukkan nilai indeks kepuasan nasabah sebesar 91,88% yang berarti pada kriteria sangat puas. Sementara itu, <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i> menunjukkan empat item masuk dalam kategori yang perlu

No	Nama Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
				dipertahankan: kejelasan, kecepatan dan keakuratan informasi yang diberikan, layanan yang tersedia 24 jam, penggunaan yang dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja, serta mengikuti ketentuan berdasarkan peraturan Bank Indonesia, Otoritas Jasa Keuangan dan Dewan Syariah Nasional. Kemudian satu item termasuk dalam kategori prioritas rendah: Sistem keamanan bertransaksi.
