

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Pengertian Perbankan**

Perbankan merupakan institusi penting dalam sistem keuangan suatu negara yang memiliki peran dalam menghimpun dana masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau pembiayaan lainnya guna meningkatkan taraf hidup rakyat banyak (UU No. 10 Tahun 1998). Perbankan juga dapat didefinisikan sebagai lembaga keuangan yang kegiatan utamanya adalah menghimpun dana dari masyarakat, menyalurkan kembali dana tersebut, serta memberikan berbagai jasa keuangan lainnya yang menunjang aktivitas perekonomian (Kasmir, 2015). Selain itu, perbankan merupakan lembaga keuangan yang melaksanakan berbagai jasa seperti memberikan pinjaman, mengedarkan mata uang, menyimpan barang berharga, serta membiayai usaha masyarakat maupun perusahaan (Abdurrachman, 2020).

Berdasarkan beberapa definisi tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa bank merupakan lembaga intermediasi keuangan yang berfungsi menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kembali dalam bentuk kredit atau investasi, serta memberikan layanan keuangan lainnya guna menunjang perekonomian masyarakat.

## 2.2 *Mobile Banking*

*Mobile banking* merupakan transaksi perbankan yang dilakukan melalui telepon genggam, baik menggunakan aplikasi yang disediakan oleh bank maupun aplikasi bawaan operator seluler. *Mobile banking* menjadi salah satu layanan perbankan yang bertujuan untuk menunjang kelancaran dan kenyamanan nasabah dalam melakukan aktivitas perbankan (OJK). *Mobile banking* juga diartikan sebagai layanan elektronik dari bank yang memfasilitasi nasabah dalam mengakses akun, memeriksa saldo, melakukan transfer, pembayaran, hingga pembelian produk keuangan hanya melalui perangkat seluler, tanpa perlu datang ke kantor cabang (Pusparini & Listyorini, 2021). Selain itu, *mobile banking* merupakan bagian dari e-banking yang memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi keuangan melalui aplikasi yang terinstal pada perangkat seluler, sehingga memberikan kemudahan, kenyamanan, serta kecepatan dalam aktivitas perbankan (Kotler & Keller, 2016). Keunggulan utama dari *mobile banking* terletak pada kecepatan akses, fleksibilitas waktu, serta kemudahan penggunaan. Kehadiran *mobile banking* juga dinilai mampu memperkuat hubungan antara bank dan nasabah melalui penyampaian informasi produk, notifikasi transaksi, serta promosi yang bersifat lebih personal (Wulandari, 2020).

Dengan demikian, secara umum dapat disimpulkan bahwa *mobile banking* merupakan layanan perbankan yang memanfaatkan teknologi digital untuk memberikan kemudahan, kenyamanan, dan kecepatan kepada nasabah dalam melakukan berbagai transaksi keuangan. Selain itu, *mobile banking* juga

berperan penting dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah, serta memperkuat posisi bank dalam menghadapi persaingan industri perbankan yang semakin kompetitif. Kehadiran mobile banking sebagai bagian dari implementasi fintech tidak hanya mendukung kemudahan akses layanan keuangan, tetapi juga menjadi faktor penting dalam membentuk persepsi positif dan kepercayaan nasabah terhadap layanan perbankan. Hal ini sejalan dengan temuan (Alfian et al., 2023) yang menyatakan bahwa fintech berhasil menjadi platform perantara yang mendukung transaksi keuangan dengan memberikan manfaat seperti efisiensi transaksi dan peningkatan kepercayaan pengguna.

### **2.2.1 Layanan *Mobile Banking***

Adapun fungsi dari layanan *mobile banking*, menurut Kotler and Keller (2016) yaitu sebagai berikut :

1. Memungkinkan nasabah melakukan pengecekan saldo dan riwayat Transaksi
2. Untuk melakukan pembayaran transaksi dari orang ke orang
3. Menyediakan informasi letak ATM atau kantor cabang bank terdekat
4. Memberikan laporan dan ringkasan aktivitas keuangan sesuai dengan permintaan nasabah itu sendiri
5. Memberikan pemberitahuan tentang aktivitas penggunaan transaksi keuangan
6. Memberikan layanan pembayaran tagihan secara elektronik, misalnya
7. bayar listrik, bayar paket *internet*, TV kabel, dan layanan lainnya.

### **2.3 *Asisten Virtual Banking***

Perkembangan kecerdasan buatan (Artificial Intelligence) turut mendorong munculnya inovasi baru dalam industri perbankan, salah satunya melalui layanan asisten virtual banking. Asisten virtual banking merupakan layanan berbasis teknologi yang memungkinkan nasabah berkomunikasi langsung dengan sistem perbankan melalui chatbot atau pesan otomatis, baik melalui aplikasi perbankan maupun media sosial yang terintegrasi. Asisten virtual banking berfungsi sebagai media interaksi digital antara nasabah dan bank yang bertujuan untuk memberikan informasi produk, membantu proses transaksi, serta menjawab pertanyaan nasabah secara otomatis dan real-time tanpa perlu melibatkan petugas manusia (Novitasari, 2021).

Selain itu, layanan ini memanfaatkan kecerdasan buatan untuk menyediakan informasi, membantu transaksi, dan merespons pertanyaan nasabah secara cepat, sehingga memberikan keleluasaan bagi nasabah dalam mengakses layanan perbankan kapan saja, termasuk di luar jam operasional kantor bank (Santoso, 2021). Asisten virtual banking juga dipandang sebagai salah satu bentuk inovasi digital yang dirancang untuk meningkatkan efisiensi interaksi antara nasabah dengan pihak bank (Sugiyono, 2020).

Dengan demikian, secara umum dapat disimpulkan bahwa asisten virtual banking adalah sistem layanan berbasis kecerdasan buatan yang memungkinkan nasabah memperoleh informasi, bantuan transaksi, dan solusi atas berbagai kebutuhan perbankan secara cepat serta otomatis melalui platform komunikasi digital. Layanan ini diharapkan mampu meningkatkan efisiensi, memperkuat

hubungan antara nasabah dan bank, serta berkontribusi pada peningkatan kepuasan nasabah.

## **2.4 Kepuasan Nasabah**

Kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa yang dirasakan seseorang terhadap kinerja sebenarnya suatu produk relatif terhadap kinerja yang diharapkan, kepuasan juga dapat dipahami sebagai tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan hasil atau kinerja yang diterima dengan harapan yang dimilikinya (Oliver, 2019). Kepuasan pelanggan atau nasabah merupakan perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan antara kinerja produk yang diharapkan dengan yang sebenarnya diterima (Kotler & Keller dalam Priansa, 2018). Selain itu, kepuasan pelanggan diartikan sebagai tingkat kepuasan konsumen setelah membandingkan jasa atau produk yang diterima dengan apa yang telah diharapkan (Priyono & Prabowo, 2018). Dalam konteks industri perbankan, kepuasan nasabah menjadi tolak ukur keberhasilan layanan yang diberikan, di mana aspek kemudahan akses, kecepatan proses transaksi, keakuratan informasi, dan keramahan pelayanan menjadi elemen penting yang memengaruhi tingkat kepuasan tersebut (Susanti, 2019).

Berdasarkan beberapa pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa kepuasan nasabah merupakan faktor kunci dalam keberhasilan layanan perbankan. Kepuasan ini muncul dari perbandingan antara kinerja produk atau layanan yang diterima dengan harapan nasabah. Apabila layanan perbankan dapat memenuhi bahkan melebihi harapan nasabah, maka tingkat kepuasan

akan meningkat, yang pada akhirnya akan memperkuat loyalitas nasabah terhadap bank.

## 2.5 Penelitian Terdahulu

Untuk menunjang analisis dan landasan teori yang ada, maka diperlukan penelitian terdahulu sebagai pendukung bagi penelitian ini.

Tabel 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Adela, M. (2020)	Pengaruh layanan M Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus pada Bank BNI Syariah KC Rajabasa	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian lapangan.	Hasil ini menunjukkan bahwa layanan mobile banking yang meliputi keamanan sitem moble banking, kemudahan penggunaan layanan, kredibilitas perusahaan layanan perbankan, dan kecepatan secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah.
2	Yahya,I. (2021)	Pengaruh Efektivitas dan Risiko Penggunaan Layanan Mobile Banking Terhadap	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan Teknik pengambilan	Hasil ini menunjukkan bahwa variabel efektivitas dan risiko berpengaruh secara bersama-sama terhadap

		Kepuasan Nasabah BSI Kantor Cabang Mataram	sampel <i>Probability Sampling</i>	varibael nasabah	kepuasan
3	Firdaus,I. (2023)	Pengaruh Layanan E-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Iain Metro)	Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam angkatan 2019 yang menggunakan <i>E-Banking</i> Bank Syariah Indonesia	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Layanan <i>e-banking</i> berpengaruh terhadap kepuasan nasabah bank syariah Indonesia, yang artinya variabel Layanan <i>e-banking</i> (X) berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah (Y)	
4	Efrilia,H James,D. Ferdy (2023)	Analisis Kualitas Layanan, Citra Perusahaan Serta Peran Internet Banking Bagi Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Bri Unit	Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan	Berdasarkan hasil olah data, Variabel kualitas layanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, kemudian Variabel Citra	

	Tombatu)	diantaranya kuesioner serta studi pustaka.	perusahaan parsial berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah dan yang terakhir variabel Internet Banking secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.
5	Muhyiddin (2024)	Pengaruh Kualitas Layanan, Kecepatan Dan Kemudahan Terhadap Kepuasan Nasabah Gen Z Dalam Menggunakan <i>Mobile Banking</i> Bank Syariah Indonesia Kcp Ponorogo Soetta	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan data primer. Sampel yang digunakan teknik pengambilan sampel <i>nonprobability</i> sampling dengan cara <i>insidental</i>

Sumber: Berbagai Jurnal Penelitian.

## 2.6 Pengembangan Hipotesis

Sugiyono (2013): hipotesis adalah solusi sementara untuk rumusan penelitian. Dalam hal ini, rumusan masalah penelitian ditulis dalam bentuk kalimat pertanyaan, dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan hanya berdasarkan teori yang relevan dan tidak didasarkan pada fakta-fakta empiris yang dikumpulkan melalui pengumpulan data. Hipotesis juga merupakan hubungan yang diduga secara logis antara dua variabel atau lebih. Oleh karena itu, hipotesis dapat dianggap sebagai tanggapan teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, sebelum jawaban empiris.

### 2.6.1 Pengaruh *Mobile Banking* terhadap Kepuasan Nasabah

*Mobile Banking* merupakan layanan perbankan digital yang memungkinkan nasabah melakukan transaksi keuangan melalui aplikasi di perangkat seluler. kualitas layanan yang baik termasuk kemudahan, kecepatan, keandalan, dan keamanan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Dalam konteks *mobile banking*, fitur-fitur yang mudah digunakan, keamanan transaksi, serta kemudahan akses layanan 24/7 menjadi penentu utama dalam menciptakan pengalaman nasabah yang memuaskan. Penegasan pernyataan di perkuat oleh peneliti yang dilakukan oleh Rahmawati (2020) menyatakan bahwa kemudahan dan kecepatan transaksi melalui *mobile banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Penelitian serupa juga dilakukan oleh Indah (2023) bahwa terdapat pengaruh positif *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah.

Dengan demikian, secara teoritis, dapat diasumsikan bahwa semakin baik layanan *mobile banking* yang diberikan oleh bank, maka semakin tinggi tingkat kepuasan nasabah.

H<sup>1</sup>: *Mobile Banking* berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah.

### **2.6.2 Pengaruh *Asisten Virtual Banking* terhadap Kepuasan Nasabah**

*Asisten Virtual Banking* (AVB) adalah teknologi berbasis AI yang digunakan oleh bank untuk memberikan layanan informasi dan bantuan kepada nasabah secara otomatis, seperti chatbot. Layanan ini bertujuan untuk meningkatkan efisiensi layanan dan memberikan respons cepat kepada nasabah kapan pun dibutuhkan. Menurut teori kualitas layanan digital, kecepatan respons dan akurasi informasi merupakan dua dimensi penting yang berpengaruh pada persepsi kualitas dan kepuasan pelanggan. Dalam konteks asisten virtual, kemampuan sistem dalam memahami kebutuhan nasabah, memberikan solusi yang tepat, dan melayani secara konsisten akan berdampak pada kepuasan. Penegasan pernyataan di perkuat oleh peneliti yang dilakukan oleh Santoso (2021). Menyatakan bahwa penggunaan chatbot yang responsif dan informatif memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Penelitian serupa juga dilakukan oleh Hanifah (2023), bahwa terdapat pengaruh positif asisten virtual banking terhadap kepuasan nasabah. Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa *Asisten Virtual Banking* (AVB) memainkan peran penting dalam meningkatkan kualitas layanan perbankan melalui teknologi berbasis AI. Dengan kemampuan untuk memberikan informasi dan bantuan secara

otomatis, AVB dapat meningkatkan efisiensi layanan dan memberikan respons yang cepat kepada nasabah. Dimensi penting seperti kecepatan respons dan akurasi informasi sangat berpengaruh terhadap persepsi kualitas layanan dan kepuasan nasabah. Penelitian menunjukkan bahwa penggunaan chatbot yang responsif dan informatif dapat secara signifikan meningkatkan kepuasan nasabah. Dengan demikian pengembangan dan penerapan *Asisten Virtual Banking* yang efektif sangat penting bagi bank untuk memenuhi kebutuhan nasabah dan meningkatkan pengalaman layanan secara keseluruhan.

Oleh karena itu, secara teoritis, layanan *Asisten Virtual Banking* diperkirakan memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah, tergantung pada kualitas interaksi yang diberikan.

H<sup>2</sup>: *Asisten Virtual Banking* berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah.

### 2.6.3 Hipotesis Simultan

*Mobile Banking* dan *Asisten Virtual Banking* merupakan bagian dari inovasi digital layanan perbankan yang saling melengkapi dalam meningkatkan kualitas pelayanan kepada nasabah. Keduanya dirancang untuk memberikan kemudahan, kecepatan, dan kenyamanan dalam bertransaksi maupun memperoleh informasi perbankan, sehingga secara teoritis diharapkan dapat meningkatkan kepuasan nasabah. Dalam penelitian terdahulu, Rahmawati (2020) dan Indah (2023) menunjukkan bahwa *mobile banking* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sementara itu,

penelitian Santoso (2021) dan Hanifah (2023) juga menemukan bahwa *asisten virtual banking* memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

Dengan demikian, jika kedua layanan ini dijalankan secara bersamaan oleh bank, maka secara simultan keduanya dapat memperkuat upaya peningkatan kepuasan nasabah. Hal ini mengindikasikan adanya pengaruh bersama antara kualitas layanan *mobile banking* dan *asisten virtual banking* terhadap kepuasan nasabah.

H<sup>3</sup>: *Mobile Banking* dan *Asisten Virtual Banking* secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah.