

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORI

A. TINJAUAN PUSTAKA

Menurut sugiyono tinjauan pustaka adalah peninjauan kembali mengenai pustaka-pustaka yang terkait dengan penelitian yang akan dilakukan. Tinjauan pustaka merupakan hal yang penting dalam sebuah penelitian, karena dengan adanya tinjauan pustaka maka peneliti akan semakin banyak mengetahui tentang penelitian-penelitian yang telah dilakukan yang berkaitan serta relevansi dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti, sehingga peneliti dapat memahami dan mengetahui permasalahan dalam penelitian sebelumnya.¹

Setelah peneliti melakukan tinjauan pustaka pada hasil penelitian terdahulu, ditemukan beberapa penelitian yang terkait tentang kepuasan nasabah, namun tentunya dengan konsep yang berbeda –beda. Untuk mengetahui dengan mudah penelitian terdahulu, maka peneliti akan meringkas dengan menggunakan table di bawah ini.

Penelitian Terdahulu:

Ika Khoiriyatul Hani'ah Analisis Pengaruh Kualitas Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Syariah Mandiri Cabang Semarang Variabel Independen Kualitas layanan Mobile Banking (tangibles,

¹ Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D*. Bandung: Aflabeta. 2016. Hal:87

reability, responsiveness, assurance, empathy, syariah compliance) dan Variabel Dependen Kepuasan Nasabah (kesesuaian harapan jasa, kemudahan dalam memperoleh jasa, kesediaan untuk merekomendasikan kepada orang lain).

Jenis penelitian ini yang digunakan yaitu penelitian kuantitatif dengan metode kuantitatif deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas mobile banking terhadap kepuasan nasabah menunjukkan nilai t hitung = 15.122 dan p value (Sig) sebesar 0,000 yang di bawah alpha 5%.

Yang membedakan penelitian ini ialah obyek penelitiannya berbeda, alat untuk mengukur variabel independen dan variabel dependen yang berbeda dan objek penelitiannya.

Milla Karomillah Pengaruh Kualitas Layanan E-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Bni Syariah Cabang Bintaro-Kebayoran Arcade. Variabel Independen Kualitas layanan E-Banking (informasi, transaksi, komunikatif) Variabel Dependen Kepuasan Nasabah (jaminan, keandalan, ketanggapan, wujud, empati).

Jenis penelitian ini yang digunakan yaitu penelitian kuantitatif dengan metode kuantitatif deskriptif. Penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara layanan internet banking dengan kepuasan

nasabah. Yang membedakan penelitian ini ialah variabel dalam penelitian variabel independen dan variabel dependen.

Ana Rijeki Sabiyatunnadhif Pengaruh *Internet Banking, Mobile Banking, Dan Automatic Teller Machine (Atm)* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Tulungagung. Variabel Independen Pengaruh *internet banking, mobile banking, Automatic Teller Machine (ATM)* Variabel Dependen Kepuasan Nasabah

Jenis penelitian ini yang digunakan yaitu penelitian kuantitatif dengan metode kuantitatif destruktif. Penelitian ini hasil analisis regresi linier berganda (*linier multipleregresion*) yang terdapat dalam lampiran diketahui bahwa koefisien determinasi (*coefficient of determonation*) yang dinotasikan dengan R^2 besarnya 0,531, ini berarti variabel kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh variabel internet banking (X1), mobile banking (X2), dan Automatic Teller Machine/ATM (X3) yang diturunkan dalam model sebesar 53,1% atau dengan kata lain sumbangan efektif (kontribusi) variabel independent terhadap variasi (perubahan) kepuasan nasabah sebesar 53,1%. Jadi, sisanya sebesar 46,9% dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini. Yang membedakan penelitian ini ialah indikator variabel independennya dan objek yang berbeda.

Yogi Yuliansyah Analisis Pengaruh Layanan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Kaliurang Yogyakarta Variabel Independen (keamanan, tambahan biaya,

kemampuan akses, kondisi fasilitas) dan Kualitas layanan *Mobile Banking* Variabel Dependen Kepuasan Nasabah.

Jenis penelitian ini yang digunakan yaitu penelitian kuantitatif. Hasil penelitian berdasarkan hasil penelitian uji parsial (uji t) variabel keamanan mobile banking, kemampuan akses, dan kondisi fasilitas berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah. Kemudian variabel tambahan biaya berpengaruh negative terhadap kepuasan nasabah. Perbedaan Penelitian ini ialah indikator variabel independen yang diteliti dan objek penelitiannya.

Syamsul Hadi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking Variabel Independen Faktor-faktor Pengguna Layanan (kemudahan penggunaan, manfaat, risiko, keamanan dan kemudahan akses) Variabel Dependen *mobile banking*.

Jenis penelitian ini yang digunakan yaitu penelitian kuantitatif dengan metode kuantitatif deskriptif. Hasil Pengujian diketahui bahwa nilai Adjusted R Square adalah 64,1%, berarti 64,1% dari perubahan variabel terikat dapat dijelaskan oleh variabel bebas, sehingga kemampuan menjelaskan per variabel rata-rata adalah 12,82%. Lima variabel yang digunakan pada penelitian ini hanyalah sebagian kecil saja dari sekian banyaknya variabel pengaruh penggunaan mobile banking. Penelitian ini mampu menjelaskan sebesar 64,1% atau rata-rata 12,82% per variabel, maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini cukup baik. Yang membedakan

dengan penelitian ialah indikator variabel independen(kemudahan penggunaan, manfaat, risiko, keamanan dan kemudahan akses).

B. KERANGKA TEORI

1. Teori Kualitas Layanan

Menurut penelitian sebelumnya Lovelock dan Wirtz menyatakan bahwa penggunaan teknologi yang semakin canggih dalam pelayanan jasa akan mengarah pada suatu tujuan yaitu dimana produktivitas pegawai merupakan salah satu kunci untuk menuju profitabilitas, dan secara khusus dapat menghemat waktu pegawai (mempercepat waktu pengerjaan) dalam melayani setiap pelanggan, dan akan meningkatkan tingkat akurasi hasil pelayanan.² Menurut penelitian Gummesson dan Lovelock menyatakan bahwa kualitas layanan *mobile banking* menjadi empat bagian, yaitu:

- a. *Speed*, adalah kecepatan dan kemudahan nasabah dalam melakukan layanan *mobile banking*.
- b. *Security*, adalah jaminan keamanan dalam setiap layanan *mobile banking*.
- c. *Accuracy*, adalah ketepatan dan keakuratan dalam memperoleh informasi mengenai *mobile banking*.
- d. *Trust*, adalah kepercayaan nasabah terhadap bank dimana dilakukannya layanan *mobile banking*.³

² Lovelock C Wirtz J. *Service Marketing: People, Technology, Strategy*. New Jersey: Pearson Education, Inc. 2011.

³ Gummesson, E., dan Lovelock, C. (2004). Whither Services Marketing? In Search of a New Paradigm and Fresh Perspectives. *Jurnal of Service Research*, 7(1), 20-41.

Pelayanan pelanggan menurut Kotler ialah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak lain, yang pada dasarnya tidak terwujud dan tidak menyebabkan kepemilikan apapun.⁴

Sehingga pelayanan perbankan dapat diartikan kegiatan bank dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah sehingga pada akhirnya diharapkan dapat menciptakan kepuasan bagi nasabah itu sendiri.

2. Teori Kepuasan Nasabah

Menurut Kotler dan Keller, kepuasan adalah perasaan atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dioperasikan produk atau hasil terhadap ekspektasi mereka pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi pelanggan akan sangat puas atau senang.

Harapan pelanggan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa akan yang diterimanya bila ia melakukan pembelian atau mengkonsumsi suatu produk atau jasa. Sedangkan kinerja yang dirasakan adalah persepsi pelanggan terhadap apa yang diterimanya setelah mengkonsumsi produk atau jasa yang dibeli. Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang akan ia rasakan dibandingkan dengan harapannya.⁵

Sedangkan menurut Kotler dan Amstrong menyatakan bahwa konsumen akan dapat melakukan pemilihan yang didasarkan pada sebuah

⁴ Kotler P dan Keller L K. *Manajemen Pemasaran*. Terjemah. Jakarta: Penerbit Erlangga. 2009.

⁵ Kotler P dan Keller L K. *Manajemen*. 2009.

persepsinya tentang nilai dan kepuasan terhadap produk atau jasa dan penyampaian jasanya dan para pelanggan akan membentuk harapan-harapan mengenai nilai dan kepuasan, sehingga penawaran pemasaran tersebut akan menyampaikannya dan terjadi pembelian yang sesuai.

Kualitas jasa sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Kualitas jasa bisa diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Dengan kata lain, faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa adalah jasa yang diharapkan pelanggan (*expected service*) dan persepsi terhadap layanan (*perceived service*).

3. Hubungan Kualitas Layanan dengan Kepuasan Pelanggan

Menurut Lovelock dan Wirtz dalam bahwa kualitas jasa merupakan satu komponen dari kepuasan pelanggan.

Elemen kualitas layanan *speed* dapat memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi perbankan dengan lebih cepat sehingga meningkatkan kepuasan nasabah terhadap kecepatan dan kemudahan bertransaksi (*kepuasan atas kecepatan*). Elemen kualitas layanan *security* dapat menjamin kerahasiaan data transaksi dan data nasabah sehingga nasabah merasa puas atas jaminan keamanan menggunakan fasilitas *mobile banking* (*kepuasan atas keamanan*). Elemen kualitas layanan *accuracy* dapat memberikan informasi data transaksi dan data keuangan nasabah

secara akurat sehingga nasabah merasa puas atas tingkat keakurasian layanan *mobile banking* (kepuasan atas akurasi). Elemen kualitas layanan *trust* dapat memberikan kepercayaan nasabah atas kredibilitas layanan *mobile banking* yang diberikan oleh pihak bank sehingga nasabah akan percaya atas layanan *mobile banking* (kepuasan atas kepercayaan).

Berdasarkan penelitian terdahulu dan pernyataan yang dikemukakan oleh Gummesson dan Lovelock tersebut menunjukkan bahwa elemen dari kualitas layanan yang terdiri dari *speed*, *security*, *accuracy*, dan *trust* merupakan hal penting yang perlu dianalisa dan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.⁶

3. Pengertian Mobile Banking

Mobile banking merupakan fasilitas layanan dalam pemberian kemudahan akses bertransaksi melalui ponsel dan kecepatan dalam memperoleh informasi terkini dan transaksi finansial secara *real time*. *Mobile banking* dapat diakses oleh nasabah perorangan melalui ponsel yang memiliki teknologi GPRS. *Mobile banking* adalah saluran distribusi bank untuk mengakses rekening yang dimiliki nasabah melalui teknologi GPRS dengan sarana telepon seluler (ponsel).⁷

C. HIPOTESIS

⁶ Gummesson, E dan Lovelock, C. *Whither.*, hal 20-41

⁷ Hani'ah, Ika Khoiriyatul, Analisis Pengaruh Kualitas Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Syariah Mandiri Cabang Semarang. *Skripsi Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Walisongo Semarang*. 2012, hal. 23

Berdasarkan penelitian terdahulu dan pernyataan yang dikemukakan oleh Gummesson dan Lovelock tersebut menunjukkan bahwa elemen dari kualitas layanan yang terdiri dari *speed*, *security*, *accuracy*, dan *trust* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dan merupakan hal penting yang perlu dianalisa dan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.⁸

Elemen kualitas layanan *speed* dapat memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi perbankan dengan lebih cepat sehingga meningkatkan kepuasan nasabah terhadap kecepatan dan kemudahan bertransaksi (kepuasan atas kecepatan).⁹ Untuk tingkat kecepatan dalam transaksi di layanan mobile banking Bank BNI Syariah Kantor cabang Yogyakarta itu sama seperti kita transfer uang lewat ATM gak sampai 10 detik pemberitahuan transaksi online sudah bisa ketahui terkirim atau tidaknya transaksi yang kita lakukan.

H1: Elemen *speed* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Elemen kualitas layanan *security* dapat menjamin kerahasiaan data transaksi dan data nasabah sehingga nasabah merasa puas atas jaminan keamanan menggunakan fasilitas *mobile banking* (kepuasan atas keamanan).¹⁰ Selama dalam pengawasan bank belum ada terjadi

⁸ Gummesson, E dan Lovelock, C. *Whither.*, hal 20-41

⁹ *Ibid.*, Hal., 20-41

¹⁰ *Ibid.*

kasus dalam layanan keamanan di Bank BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta.

H2: Elemen *security* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah

Elemen kualitas layanan *accuracy* dapat memberikan informasi data transaksi dan data keuangan nasabah secara akurat sehingga nasabah merasa puas atas tingkat keakurasian layanan *mobile banking* (kepuasan atas akurasi).¹¹

H3: Elemen *accuracy* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Elemen kualitas layanan *trust* dapat memberikan kepercayaan nasabah atas kredibilitas layanan *mobile banking* yang diberikan oleh pihak bank sehingga nasabah akan percaya atas layanan *mobile banking* (kepuasan atas kepercayaan).¹²

H4: Elemen *trust* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah.

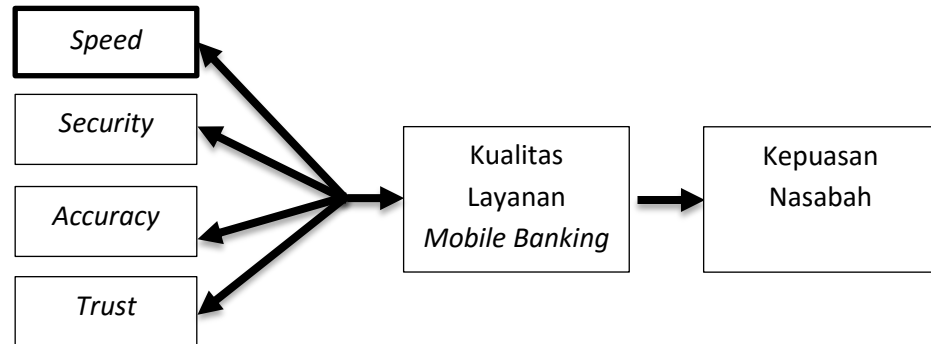
Berdasarkan uraian diatas, maka dapat digambarkan sebuah model penelitian sebagaimana tampak pada gambar di bawah:

¹¹ Wardhana Aditya, *Pengaruh*, hal 277.

¹² Ibid. hal, 277.

Gambar 2.1

Kerangka konseptual penyusunan hipotesis



Berdasarkan model penelitian diatas dan masalah penelitian di atas, maka dapat dirumuskan masalah hipotesis penelitian sebagai berikut: Terdapat pengaruh kualitas layanan *mobile banking* yang terdiri dari *speed*, *security*, *accuracy*, dan *trust* terhadap kepuasan nasabah bank BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta.

