

SKRIPSI

ANALISIS KUALITAS LAYANAN *MOBILE BANKING* BCA SYARIAH (BCA SYARIAH *MOBILE*) DENGAN METODE *E-SERVQUAL* (*E-SERVICE QUALITY*) DAN MODEL KANO

Disusun dan diajukan oleh:

**STEPHANIE AURELYA PUTRI MUSAFIR
D071 19 1085**



**PROGRAM STUDI SARJANA TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
GOWA
2023**

SKRIPSI

ANALISIS KUALITAS LAYANAN *MOBILE BANKING* BCA SYARIAH (BCA SYARIAH *MOBILE*) DENGAN METODE *E-SERVQUAL* (*E-SERVICE QUALITY*) DAN MODEL KANO

Disusun dan diajukan oleh:

**STEPHANIE AURELYA PUTRI MUSAFIR
D071 19 1085**



**PROGRAM STUDI SARJANA TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
GOWA
2023**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

ANALISIS KUALITAS LAYANAN *MOBILE BANKING* BCA SYARIAH (BCA SYARIAH *MOBILE*) DENGAN METODE *E-SERVQUAL* (*E-SERVICE QUALITY*) DAN MODEL KANO

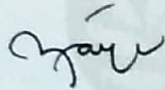
Disusun dan diajukan oleh

Stephanie Aurelya Putri Musafir
D071191085

Telah dipertahankan di hadapan Panitia Ujian yang dibentuk dalam rangka Penyelesaian Studi Program Sarjana Program Studi Teknik Industri
Fakultas Teknik Universitas Hasanuddin
Pada tanggal 24 Oktober 2023
dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

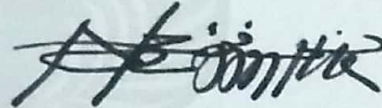
Menyetujui,

Pembimbing Utama,



Ir. Kifayah Amar, ST., M.Sc., Ph.D., IPU
NIP.1970621 200604 2 001

Pembimbing Pendamping,



Ir. Nurfaidah Tahir, ST., MT., IPM
NIP.19881010 202101 6 001



Ir. Kifayah Amar, ST., M.Sc., Ph.D., IPU
NIP.1970621 200604 2 001

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini ;

Nama : Stephanie Aurelya Putri Musafir

NIM : D071191085

Program Studi : Teknik Industri

Jenjang : S1

Menyatakan dengan ini bahwa karya tulisan saya berjudul

Analisis Kualitas Layanan Mobile banking BCA Syariah (BCA Syariah Mobile) Dengan Metode E-servqual (E-Service quality) dan Model Kano

Adalah karya tulisan saya sendiri dan bukan merupakan pengambilan alihan tulisan orang lain dan bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri.

Semua informasi yang ditulis dalam skripsi yang berasal dari penulis lain telah diberi penghargaan, yakni dengan mengutip sumber dan tahun penerbitannya. Oleh karena itu semua tulisan dalam skripsi ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis. Apabila ada pihak manapun yang merasa ada kesamaan judul dan atau hasil temuan dalam skripsi ini, maka penulis siap untuk diklarifikasi dan mempertanggungjawabkan segala resiko.

Segala data dan informasi yang diperoleh selama proses pembuatan skripsi, yang akan dipublikasi oleh Penulis di masa depan harus mendapat persetujuan dari Dosen Pembimbing.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan isi skripsi ini hasil karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Gowa, 24 Oktober 2023

Yang Menyatakan



Stephanie Aurelya Putri Musafir

ABSTRAK

STEPHANIE AURELYA PUTRI MUSAFFIR. *Analisis Kualitas Layanan Mobile banking BCA Syariah (BCA Syariah Mobile) Dengan Metode E-servqual (E-Service quality) dan Model Kano* (dibimbing oleh Kifayah Amar dan Nurfaidah Tahir.)

Kualitas pelayanan merupakan hal yang penting bagi perusahaan untuk mempertahankan bisnisnya, tak terkecuali perusahaan di bidang perbankan. Dengan adanya layanan aplikasi *M-banking*, seluruh transaksi perbankan dapat dilakukan secara *online* tanpa harus mendatangi bank. Hal ini dapat menghemat waktu dan biaya nasabah dalam bertransaksi, ini yang dinamakan era digitalisasi perbankan. Salah satu Bank yang menyediakan layanan *mobile banking* adalah Bank BCA Syariah. Namun, BCA Syariah *Mobile* memiliki *rating* yang sangat rendah di Appstore dan Playstore (*rating* sebesar 2,0). *Rating* merupakan suatu penilaian yang diberikan oleh *user*. Semakin tinggi *rating* yang diberikan oleh *user*, berarti *user* menyukai aplikasi tersebut dan dapat menjadi tolak ukur bagi *user* yang lain untuk men-*download* aplikasi tersebut.

Tujuan penelitian ini adalah mengukur tingkat kualitas pelayanan jasa BCA Syariah *Mobile* serta mengurutkan prioritas perbaikan yang dapat dilakukan oleh BCA Syariah *Mobile* untuk meningkatkan kualitas pelayanannya.

Penelitian ini menggunakan metode *E-servqual* untuk menghitung tingkat kualitas pelayanan BCA Syariah *Mobile* berdasarkan kuesioner yang dibagikan. Selain itu, penelitian ini menggunakan Model Kano untuk mengurutkan prioritas perbaikan yang dapat dilakukan oleh BCA Syariah *Mobile* untuk meningkatkan kualitas pelayanannya.

Hasil penelitian ini adalah berupa nilai tingkatan kualitas pelayanan dari BCA Syariah *Mobile*, urutan prioritas atribut perbaikan, dan solusi perbaikan. Tingkat kesesuaian total dari kualitas pelayanan BCA Syariah *Mobile* berdasarkan ekspektasi dan persepsi siswa adalah sebesar 92%. Kemudian didapatkan 5 atribut prioritas perbaikan.

Adapun solusi perbaikan yang bisa dilakukan adalah melakukan penyesuaian warna dan tampilan visual dengan mengkaji ulang palet warna dan elemen visual pada aplikasi untuk memastikan keselarasan dan konsistensi, melakukan optimasi ukuran dan penempatan elemen dengan memastikan elemen-elemen *interface* ditempatkan dengan logika yang baik dan tidak berantakan dan menyempurnakan ukuran dan penempatan elemen seperti tombol, ikon, dan teks untuk kenyamanan pengguna, mengadopsi gaya desain yang konsisten di seluruh aplikasi untuk memberikan pengalaman yang harmonis dan menetapkan pedoman desain yang dapat diikuti oleh seluruh tim pengembangan, memberikan opsi untuk memungkinkan pengguna menyesuaikan tampilan aplikasi sesuai preferensi mereka, seperti pemilihan tema atau tata letak, bekerjasama dengan desainer profesional atau tim desain untuk mengembangkan *interface* yang menarik dan intuitif serta memanfaatkan keahlian desainer dalam merancang tampilan yang memenuhi ekspektasi pengguna, menambah serta mengembangkan fitur *top up*, mengumumkan jadwal pemeliharaan rutin dengan jelas kepada nasabah melalui pemberitahuan di aplikasi, situs web, dan email, menjadwalkan pemeliharaan saat

lalu lintas transaksi sedang rendah, seperti di tengah malam atau akhir pekan, mencoba membatasi dampak pemeliharaan pada pengguna dengan mengizinkan akses terbatas ke beberapa fitur, jika memungkinkan, selama periode pemeliharaan, menghindari menonaktifkan seluruh aplikasi selama pemeliharaan, kecuali diperlukan, menggunakan alat pemantauan yang memungkinkan deteksi awal terhadap penurunan kinerja atau kerentanan sistem, melakukan evaluasi menyeluruh terhadap infrastruktur teknologi yang digunakan oleh aplikasi BCA Syariah *Mobile*, menilai kembali kapasitas server dan jaringan untuk memastikan bahwa mereka mampu mengatasi lonjakan volume transaksi, terutama pada jam-jam sibuk, menggunakan teknologi *load balancing* untuk mendistribusikan beban transaksi secara merata di berbagai server, dan memberikan estimasi waktu pemrosesan yang lebih akurat kepada nasabah agar mereka memiliki harapan yang realistis.

Kata Kunci: Analisis Kualitas, Kualitas Pelayanan, *Mobile banking*, *E-Service quality*, Model Kano.



ABSTRACT

STEPHANIE AURELYA PUTRI MUSAFIR. *Analysis of the Service quality of BCA Syariah Mobile banking using E-servqual (E-Service quality) Method and Kano Model (supervised by Kifayah Amar and Nurfaidah Tahir.)*

Service quality is an essential aspect for companies to sustain their businesses, and this applies to companies in the banking sector as well. With the availability of the M-banking application service, all banking transactions can be conducted online without the need to visit a physical bank. This can save customers' time and costs in their transactions, a phenomenon referred to as the era of banking digitization. One of the banks that offers mobile banking services is BCA Syariah Bank. However, BCA Syariah Mobile has received a remarkably low rating on both the App Store and Play Store (with a rating of 2.0). Ratings represent assessments given by users. The higher the rating bestowed by users, the more it indicates their liking for the application and serves as a benchmark for other users considering downloading it.

The purpose of this study is to gauge the level of service quality provided by BCA Syariah Mobile and to prioritize the improvements that can be implemented by BCA Syariah Mobile to enhance its service quality. This research employs the E-servqual method to assess the service quality of BCA Syariah Mobile, based on questionnaires distributed to respondents. Additionally, the study utilizes the Kano Model to prioritize the improvements that can be made by BCA Syariah Mobile to enhance its service quality.

The outcomes of this research encompass the evaluation of the service quality level of BCA Syariah Mobile, the sequence of priority for improvement attributes, and proposed improvement solutions. The overall degree of alignment in terms of service quality from BCA Syariah Mobile, when comparing the students' expectations and perceptions, is at 92%. Furthermore, the research identifies five attributes that are given priority for improvement.

The solutions for improvement that can be implemented include adjusting color and visual display by re-evaluating the color palette and visual elements within the application to ensure alignment and consistency; optimizing the size and placement of elements, ensuring that interface components are logically organized and not cluttered; refining the size and positioning of elements such as buttons, icons, and text for user comfort; adopting a consistent design style across the entire application to provide a harmonious user experience and establishing design guidelines that can be followed by the entire development team; providing options to allow users to customize the application's appearance according to their preferences, such as theme selection or layout; collaborating with professional designers or design teams to develop an appealing and intuitive interface, leveraging the designers' expertise in creating designs that meet user expectations; adding and expanding top-up features; clearly announcing routine maintenance schedules to customers through notifications within the application, website, and emails; scheduling maintenance during low transaction traffic periods, such as late nights or weekends; attempting to minimize the impact of maintenance on users by granting limited access to certain features, if feasible, during maintenance periods;

avoiding complete application shutdown during maintenance, unless necessary; utilizing monitoring tools that enable early detection of performance decline or system vulnerabilities; conducting a comprehensive evaluation of the technological infrastructure used by the BCA Syariah Mobile application; leveraging advanced technologies such as data caching, data compression, and more efficient networking technologies to enhance application performance; re-evaluating server and network capacities to ensure they can handle spikes in transaction volume, particularly during peak hours; using load balancing technology to evenly distribute transaction loads across various servers; and providing customers with a more accurate estimation of processing times to manage their expectations realistically.

Keywords: Quality Analyst, Service quality, Mobile banking, E-Service quality, Kano Model.



KATA PENGANTAR

Puji syukur saya hanturkan kehadiran Allah SWT karena atas berkat, rahmat dan hidayah-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan judul “*Analisis Kualitas Layanan Mobile banking BCA Syariah (BCA Syariah Mobile) Dengan Metode E-servqual (E-Service quality) dan Model Kano*”. Tidak lupa pula saya kirimkan shalawat serta salam kepada Nabi junjungan kita yaitu Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita dari kegelapan menuju alam yang terang benderang seperti saat ini.

Tugas akhir ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Departemen Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Hasanuddin. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir ini tidak akan berhasil dengan baik tanpa adanya bimbingan, sumbangan pemikiran dan motivasi dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini saya mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga saya bisa menjalani menyelesaikan tugas akhir ini;
2. Orang tua, kakak, adik-adik dan keluarga saya atas doa, dukungan, dan semangat yang tak pernah henti selama perjalanan studi saya. Pengorbanan dan cinta dari orang tua dan keluarga saya adalah pilar utama yang membawa saya sampai ke tahap ini;
3. Ibu Ir. Kifayah Amar, ST., M.Sc., Ph.D., IPU selaku Ketua Departemen Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Hasanuddin;
4. Ibu Ir. Kifayah Amar, ST., M.Sc., Ph.D., IPU selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Ir. Nurfaidah Tahir, ST, MT, IPM. selaku Dosen Pembimbing II saya yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta dukungan yang sangat berarti dalam proses penulisan skripsi ini. Terima kasih atas kesabaran, waktunya, dan pemahaman yang telah diberikan;
5. Dosen penguji yang telah memberikan masukan dan saran dalam perbaikan tugas akhir saya;
6. Seluruh dosen dan staf Departemen Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Hasanuddin;

7. Teman-teman OTW Sarjana (Fahryl, Izul, Zaky, Josafat, Appi, Nini, Kiky, Jasqim, Fadhia, Una, Fera, Caca, Ghafy, dan Dayin) yang telah membantu dan kebersamai penulis dari awal masuk kuliah hingga penyelesaian tugas akhir ini;
8. Teman-teman Gorjezz (Iyall, Liasti, Opal, Ai, Eca) yang saya cintai dan senantiasa kebersamai sejak SMP sampai sekarang.
9. Teman-teman Wanita Surga (Hikmah, Ariqah, Den, Yaya, Michelle, Itti, Tendri, Elda) yang saya cintai dan senantiasa kebersamai sejak SMA sampai sekarang.
10. Teman-teman Intern Genks Telkomsel (Caca, Amel, Indah, Anugrah) yang selalu membantu dan memberikan dukungan;
11. Teman-teman seperjuangan HEURIZTIC19 yang sudah membantu saya dalam dunia perkuliahan maupun keseharian saya;
12. Teman-teman Asisten Laboratorium Statistik dan Manajemen Mutu yang selalu keren dalam memberikan dukungan serta menjadi *partner* dalam lab maupun dalam penyusunan tugas akhir;
13. Sepupu-sepupu (Eci dan Dhani) yang selalu membantu dan memberikan dukungan;
14. Abi yang telah membantu dan kebersamai penulis dari awal hingga penyelesaian tugas akhir ini;
15. Beserta semua pihak yang tidak bisa saya tuliskan satu per satu yang telah mendukung dan membantu serta menyemangati dalam menyelesaikan tugas akhir ini;
16. Kepada diri saya sendiri. Dalam perjalanan panjang menuju penyelesaian skripsi ini, saya menyadari pentingnya memberikan apresiasi kepada diri sendiri atas tekad, kerja keras, dan ketekunan yang telah saya curahkan.

Dengan segala kerendahan hati, saya menyadari bahwa tugas akhir ini jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, saya mengharap kritik dan saran dari pembaca demi kesempurnaan tugas akhir ini. Saya berharap semoga karya yang sederhana ini dapat bermanfaat dengan baik untuk saya pribadi dan para pembaca.

Gowa, 2023

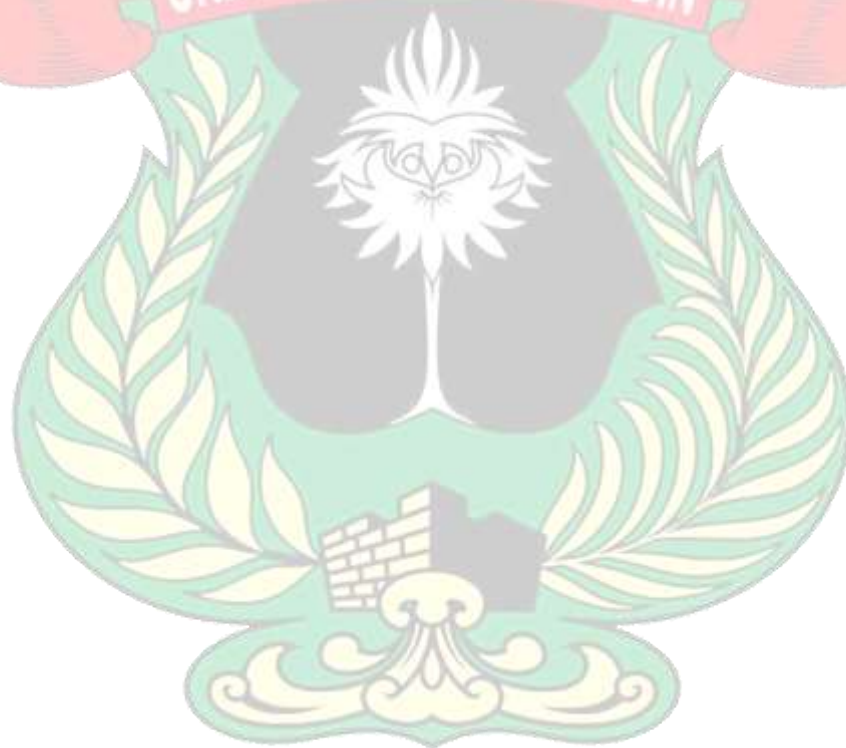
Penulis



DAFTAR ISI

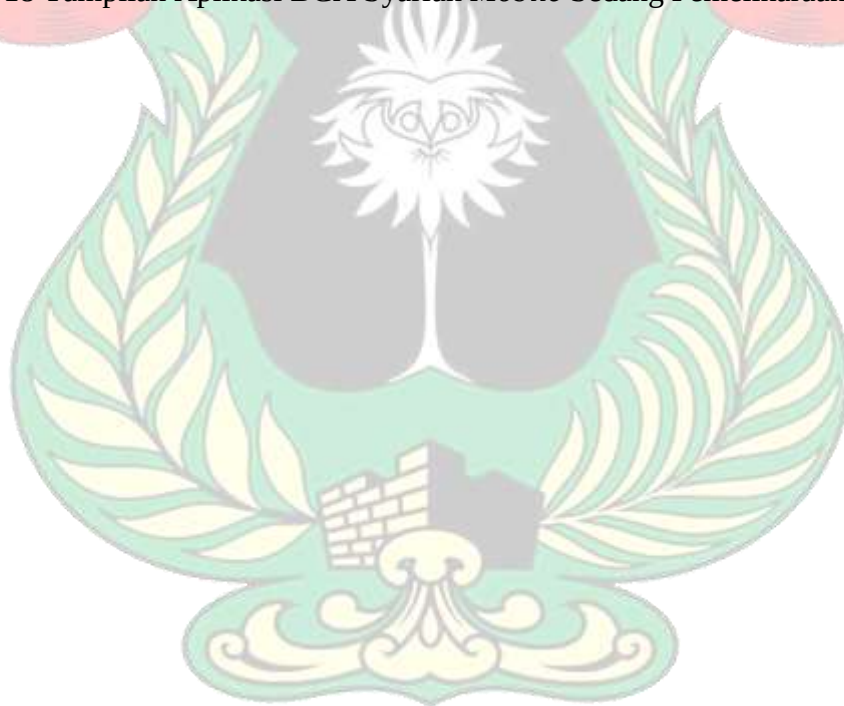
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	16
1.1 Latar Belakang.....	16
1.2 Rumusan Masalah	22
1.3 Tujuan Penelitian.....	23
1.4 Manfaat Penelitian.....	23
1.5 Batasan Masalah.....	23
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	25
2.1 Definisi Kualitas.....	25
2.2 Definisi Layanan	26
2.3 Kualitas Layanan.....	27
2.3.1 Definisi Kualitas Layanan.....	27
2.3.2 Dimensi Kualitas Layanan	28
2.4 <i>E-Service quality</i>	29
2.4.1 Pengertian <i>E-Service quality</i>	29
2.4.2 Dimensi <i>E-Service quality</i>	29
2.5 Model Kano.....	31
2.5.1 Pengertian Model Kano.....	31
2.5.2 Klasifikasi Kategori Atribut.....	32
2.5.3 Langkah-langkah Model Kano.....	33
2.6 <i>Mobile banking</i>	35
2.7 Penelitian Terdahulu	36
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	41
3.1 Objek Penelitian	41
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian.....	41
3.2.1 Populasi	41
3.2.2 Sampel.....	41
3.3 Sumber Data	42
3.4 Metode Pengumpulan Data	42
3.4.1 Studi Kepustakaan.....	42
3.4.2 Kuesioner	42
3.4.3 Wawancara.....	44
3.5 Metode Penelitian.....	45
3.6 Definisi Operasional.....	48
3.7 Kerangka Pikir.....	53
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	55
4.1 Gambaran Umum BCA Syariah <i>Mobile</i>	55

4.2	Deskripsi Penelitian.....	56
4.3	Metode Analisis Data	58
4.4	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	61
4.4.1	Uji Validitas	61
4.4.2	Uji Reliabilitas	64
4.5	Pengolahan Data <i>E-servqual</i>	65
4.5.1	Perhitungan nilai ekspektasi nasabah.....	65
4.5.2	Pehitungan nilai persepsi nasabah.....	66
4.5.3	Perhitungan nilai <i>E-servqual</i>	67
4.6	Pengolahan Data Model Kano.....	68
4.6.1	Pengkategorian model kano	69
4.6.2	Perhitungan customer satisfaction coefficient (CSC)	69
4.7	Integrasi <i>E-servqual</i> dan Model Kano.....	71
4.8	Pengurutan prioritas perbaikan.....	72
4.9	Rekomendasi perbaikan.....	73
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	79
5.1	Kesimpulan.....	79
5.2	Saran	80
	DAFTAR PUSTAKA	81
	LAMPIRAN.....	83



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Data <i>Rating</i> Aplikasi BCA Syariah <i>Mobile</i> di <i>App Store</i>	17
Gambar 2 Data <i>Rating</i> Aplikasi BCA Syariah <i>Mobile</i> di <i>Play Store</i>	17
Gambar 3 Diagram Perbandingan <i>Rating</i> BCA <i>Mobile</i> Syariah dan Pesaing	18
Gambar 4 Diagram Perbandingan Jumlah <i>Download</i> BCA <i>Mobile</i> Syariah dan Pesaing	19
Gambar 5 Ulasan Pengguna Terhadap BCA Syariah <i>Mobile</i>	19
Gambar 6 Ulasan Pengguna Terhadap BCA Syariah <i>Mobile</i>	20
Gambar 7 Ulasan Pengguna Terhadap BCA Syariah <i>Mobile</i>	20
Gambar 8 Tampilan Aplikasi BCA Syariah <i>Mobile</i> Sedang Pemeliharaan.....	20
Gambar 9 Tampilan Menu Pembelian Aplikasi BCA Syariah <i>Mobile</i>	21
Gambar 10 Model Kano	33
Gambar 11 <i>Flowchart</i> Penelitian	45
Gambar 12 Kerangka Pikir	53
Gambar 13 Diagram Kriteria Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
Gambar 14 Diagram Kriteria Responden Berdasarkan Usia	57
Gambar 15 Kriteria Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	58
Gambar 16 Tampilan Aplikasi BCA Syariah <i>Mobile</i>	74
Gambar 17 Tampilan Menu Pembelian Aplikasi BCA Syariah <i>Mobile</i>	75
Gambar 18 Tampilan Aplikasi BCA Syariah <i>Mobile</i> Sedang Pemeliharaan.....	76



DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penentuan Kategori Kano	34
Tabel 2 Penelitian terdahulu.....	36
Tabel 3 Pernyataan variabel <i>E-servqual</i>	43
Tabel 4 Pernyataan model kano	43
Tabel 5 Kriteria penilaian skor skala <i>likert</i>	46
Tabel 6 Kriteria penilaian skor model Kano	46
Tabel 7 Kriteria nilai uji reliabilitas	47
Tabel 8 Keterangan nilai tingkat kesesuaian	47
Tabel 9 Definisi Operasional <i>Efficiency</i>	49
Tabel 10 Definisi Operasional <i>Fulfillment/reliability</i>	50
Tabel 11 Definisi Operasional <i>System Availability</i>	51
Tabel 12 Definisi Operasional <i>Privacy/security</i>	51
Tabel 13 Definisi Operasional <i>Contact</i>	52
Tabel 14 Karakteristik Responden	56
Tabel 15 Rekapitulasi hasil kuesioner variabel ekspektasi	59
Tabel 16 Rekapitulasi hasil kuesioner variabel persepsi.....	59
Tabel 17 Rekapitulasi hasil kuesioner variabel model kano	60
Tabel 18 Hasil uji validitas variabel ekspektasi	61
Tabel 19 Hasil uji validitas variabel persepsi	62
Tabel 20 Hasil uji validitas variabel kano fungsional	62
Tabel 21 Hasil uji validitas variabel kano disfungsional	63
Tabel 22 Hasil uji reliabilitas variabel ekspektasi.....	64
Tabel 23 Hasil uji reliabilitas variabel persepsi	64
Tabel 24 Hasil uji reliabilitas variabel kano fungsional.....	64
Tabel 25 Hasil uji reliabilitas variabel kano disfungsional	64
Tabel 26 Nilai skor ekspektasi nasabah	65
Tabel 27 Nilai skor persepsi nasabah.....	66
Tabel 28 Perhitungan nilai <i>gap</i> tiap pernyataan.....	67
Tabel 29 Nilai variabel fungsional	68
Tabel 30 Nilai variabel disfungsional	68
Tabel 31 Pengkategorian model Kano	69
Tabel 32 Evaluasi dan Pengkategorian Model Kano Pelayanan <i>Mobile banking</i>	70
Tabel 33 Integrasi <i>E-servqual</i> dan Model Kano	71
Tabel 34 Urutan Prioritas Perbaikan	73

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Dokumentasi wawancara dengan nasabah (1).....	83
Lampiran 2 Dokumentasi wawancara dengan nasabah (2).....	83
Lampiran 3 Dokumentasi wawancara dengan nasabah (3).....	84
Lampiran 4 Dokumentasi wawancara dengan nasabah (4).....	84
Lampiran 5 <i>Google formulir</i> kuesioner penelitian (1)	85
Lampiran 6 <i>Google formulir</i> kuesioner penelitian (2)	85
Lampiran 7 <i>Google formulir</i> kuesioner penelitian (3)	86
Lampiran 8 <i>Google formulir</i> kuesioner penelitian (4)	86
Lampiran 9 <i>Google formulir</i> kuesioner penelitian (5)	87
Lampiran 10 <i>Google formulir</i> kuesioner penelitian (6)	87
Lampiran 11 <i>Google formulir</i> kuesioner penelitian (7)	88
Lampiran 12 <i>Google formulir</i> kuesioner penelitian (8)	88
Lampiran 13 <i>Google formulir</i> kuesioner penelitian (9)	89
Lampiran 14 <i>Google formulir</i> kuesioner penelitian (10)	89
Lampiran 15 <i>Google formulir</i> kuesioner penelitian (11)	90
Lampiran 16 <i>Google formulir</i> kuesioner penelitian (12)	90
Lampiran 17 <i>Google formulir</i> kuesioner penelitian (13)	91
Lampiran 18 <i>Google formulir</i> kuesioner penelitian (14)	91
Lampiran 19 <i>Google formulir</i> kuesioner penelitian (15)	92
Lampiran 20 <i>Google formulir</i> kuesioner penelitian (16)	92
Lampiran 21 <i>Google formulir</i> kuesioner penelitian (17)	93
Lampiran 22 <i>Google formulir</i> kuesioner penelitian (18)	93
Lampiran 23 <i>Google formulir</i> kuesioner penelitian (19)	94
Lampiran 24 <i>Google formulir</i> kuesioner penelitian (20)	94
Lampiran 25 <i>Google formulir</i> kuesioner penelitian (21)	95
Lampiran 26 <i>Google formulir</i> kuesioner penelitian (22)	95
Lampiran 27 <i>Google formulir</i> kuesioner penelitian (23)	96
Lampiran 28 <i>Google formulir</i> kuesioner penelitian (24)	96
Lampiran 29 <i>Google formulir</i> kuesioner penelitian (25)	97
Lampiran 30 <i>Google formulir</i> kuesioner penelitian (26)	97
Lampiran 31 Hasil Uji Validitas Variabel Ekspektasi	98
Lampiran 32 Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi	99
Lampiran 33 Hasil Uji Validitas Variabel Kano Fungsional	100
Lampiran 34 Hasil Uji Validitas Variabel Kano Disfungsional	101
Lampiran 35 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Ekspektasi Dimensi <i>Efficiency</i>	101
Lampiran 36 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Ekspektasi Dimensi <i>Fulfillment / reliability</i>	101
Lampiran 37 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Ekspektasi Dimensi <i>System Availability</i>	102
Lampiran 38 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Ekspektasi Dimensi <i>Privacy / security</i>	102
Lampiran 39 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Ekspektasi Dimensi <i>Contact</i>	102
Lampiran 40 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Persepsi Dimensi <i>Efficiency</i>	102
Lampiran 41 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Persepsi Dimensi <i>Fulfillment / reliability</i>	102

Lampiran 42 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Persepsi Dimensi <i>System Availability</i>	102
Lampiran 43 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Persepsi Dimensi <i>Privacy / security</i>	103
Lampiran 44 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Persepsi Dimensi <i>Contact</i>	103
Lampiran 45 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kano Fungsional Dimensi <i>Efficiency</i>	103
Lampiran 46 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kano Fungsional Dimensi <i>Fulfillment / reliability</i>	103
Lampiran 47 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kano Fungsional Dimensi <i>System Availability</i>	103
Lampiran 48 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kano Fungsional Dimensi <i>Privacy / security</i>	103
Lampiran 49 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kano Fungsional Dimensi <i>Contact</i>	104
Lampiran 50 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kano Disfungsional Dimensi <i>Efficiency</i>	104
Lampiran 51 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kano Disfungsional Dimensi <i>Fulfillment / reliability</i>	104
Lampiran 52 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kano Disfungsional Dimensi <i>System Availability</i>	104
Lampiran 53 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kano Disfungsional Dimensi <i>Privacy / security</i>	104
Lampiran 54 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kano Disfungsional Dimensi <i>Contact</i>	104



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Teknologi informasi telah sepenuhnya mengubah kehidupan tiap individu dan organisasi. Kegiatan *cashless* semakin meningkat sejalan dengan perkembangan teknologi yang pesat, sehingga sistem pembayaran dalam transaksi keuangan juga ikut mengalami perubahan. Kemajuan teknologi dalam sistem pembayaran menggeser peranan uang tunai ke dalam bentuk pembayaran digital yang lebih efisien dan ekonomis. Salah satu bidang yang mengaplikasikan teknologi dengan pembayaran digital adalah bidang perbankan. Perbankan merupakan segala sesuatu yang menyangkut bank, meliputi kelembagaan, kegiatan bisnis, serta cara dan proses dalam melaksanakan suatu kegiatan usaha. Bank adalah badan usaha finansial yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kembali ke masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat (Danurpranata, 2013). Salah satu pengaplikasian teknologi di dunia perbankan adalah *Mobile banking*.

M-banking atau *Mobile banking* menawarkan kemudahan antara lain dari penawaran jasa perbankan pada situs-situs atau aplikasi yang dibuat oleh bank yang bersangkutan sampai pada tawaran untuk melakukan transaksi secara *online* melalui jaringan internet. Tidak dapat dipungkiri bahwa dengan adanya *handphone* dan layanan aplikasi *M-banking*, seluruh transaksi perbankan dapat dilakukan secara *online* tanpa harus mendatangi bank. Hal ini dapat menghemat waktu dan biaya nasabah dalam bertransaksi, ini yang dinamakan era digitalisasi perbankan dimana menggunakan media elektronik yang modern yaitu situs web dan *handphone* yang biasanya hanya digunakan untuk berkomunikasi (Hapsara, 2015). Salah satu Bank yang menyediakan layanan *mobile banking* adalah Bank BCA Syariah.

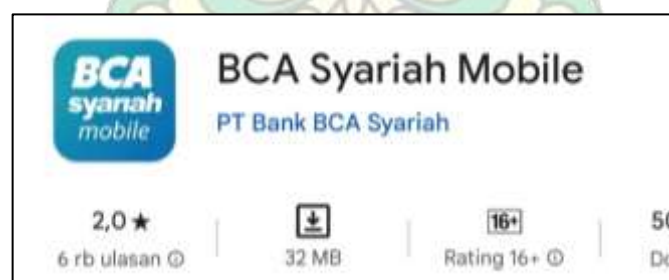
Bank BCA Syariah berdiri dan mulai melaksanakan kegiatan usaha dengan prinsip-prinsip syariah setelah memperoleh ijin operasi syariah dari Bank Indonesia berdasarkan Keputusan Gubernur BI No.12/13/KEP.GBI/DpG/2010 tanggal 2

Maret 2009 dan kemudian resmi beroperasi sebagai bank syariah 5 April 2010 dan meluncurkan fitur *Mobile banking* di tahun 2014. Dengan adanya fitur *Mobile banking* diharapkan dapat memudahkan nasabah bank BCA Syariah dalam bertransaksi, meskipun dalam prosesnya fitur ini masih belum banyak yang mengetahui dan mengerti, tetapi bank BCA Syariah selalu berusaha mengembangkan fitur ini agar banyak nasabah yang menggunakan BCA Syariah *Mobile*. Walau dengan usaha tersebut, *rating* BCA Syariah *Mobile* masih tergolong rendah.

Rating merupakan suatu penilaian yang diberikan oleh user dengan tujuan untuk menilai apakah aplikasi yang digunakan sudah baik atau tidak. Dimana semakin tinggi *rating* yang diberikan oleh user, berarti user menyukai aplikasi tersebut dan dapat menjadi tolak ukur bagi user yang lain untuk *download* aplikasi tersebut. Saat ini tidak dapat dipungkiri bahwa semakin hari semakin banyak aplikasi yang terdapat pada *App Store* sehingga tidak memungkinkan bagi user untuk menyeleksi satu persatu aplikasi yang terdapat pada *App Store* (Sandag, 2020).

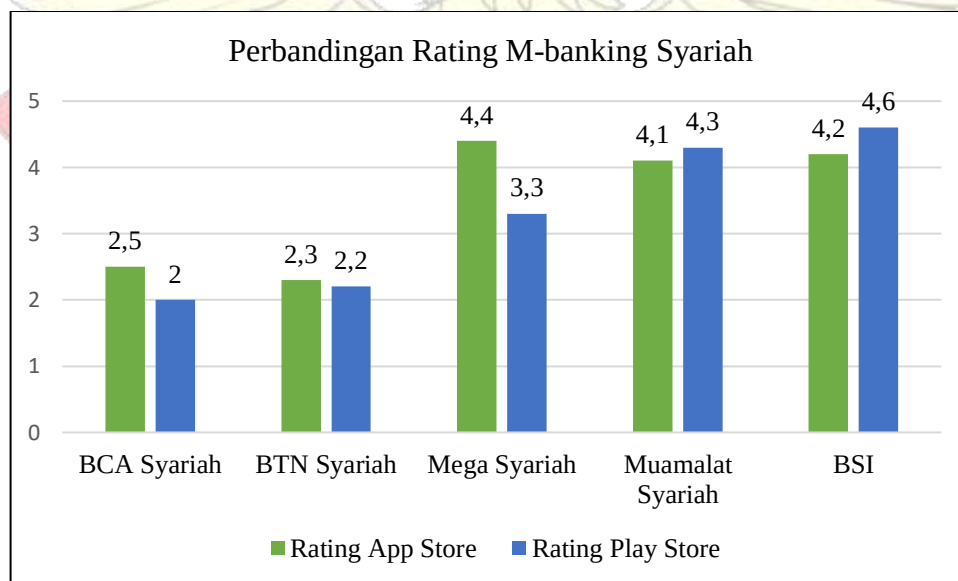


Gambar 1 Data *Rating* Aplikasi BCA Syariah *Mobile* di *App Store*
Sumber: (*App Store*, 2023)



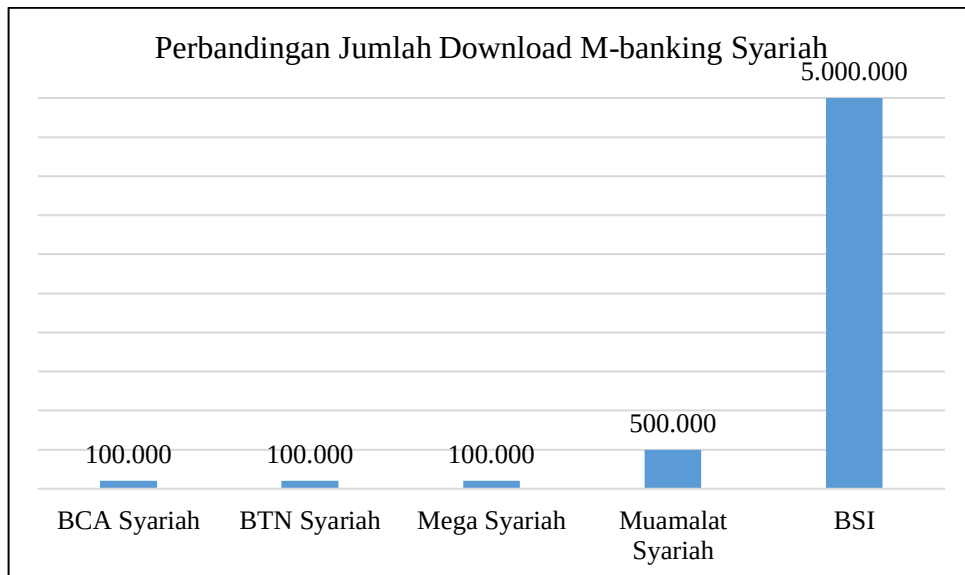
Gambar 2 Data *Rating* Aplikasi BCA Syariah *Mobile* di *Play Store*
Sumber: (*Play Store*, 2023)

Gambar 1 dan Gambar 2 menunjukkan aplikasi BCA Syariah *Mobile* yang ada di *App Store* dengan *rating* 2,0 dari nilai 5 maksimal dan di *Play Store* dengan *rating* 3,5 dari nilai 5 maksimal. *Rating* tersebut menandakan bahwa masih kurangnya nasabah yang puas dengan performa BCA Syariah *Mobile*. Pengguna mengeluhkan seringnya terjadi gangguan pada aplikasi tersebut. Hal ini berdampak pada aplikasi tersebut yang tidak bisa dibuka dan terjadi *force close*. Selain itu, fitur dan layanan di aplikasi tersebut tidak lengkap (tidak bisa melakukan *top up virtual account*). Dengan *rating* tersebut, BCA Syariah *Mobile* perlu meningkatkan performanya agar dapat bersaing dengan aplikasi sejenis. Adapun perbandingan *rating* antara BCA Syariah *Mobile* dengan aplikasi *Mobile banking* Syariah lainnya, dapat dilihat pada diagram berikut.



Gambar 3 Diagram Perbandingan *Rating* BCA *Mobile* Syariah dan Pesaing
(Sumber : App Store dan Play Store)

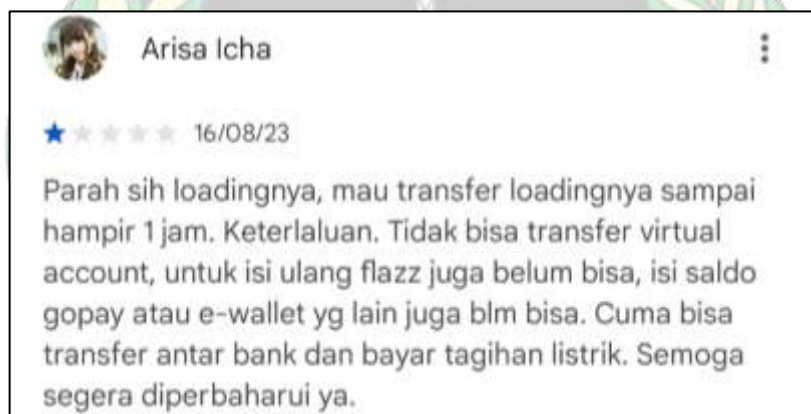
Berdasarkan diagram tersebut, BCA Syariah *Mobile* termasuk aplikasi *Mobile banking* dengan *rating* terendah setelah BTN Syariah *Mobile*. Aplikasi *Mobile banking* pesaing yang memiliki *rating* yang tinggi yaitu Muamalat Syariah dan BSI (Bank Syariah Indonesia) *Mobile*. Selain itu, perbandingan jumlah *download* BCA *Mobile* Syariah dengan pesaing dapat dilihat pada diagram berikut.



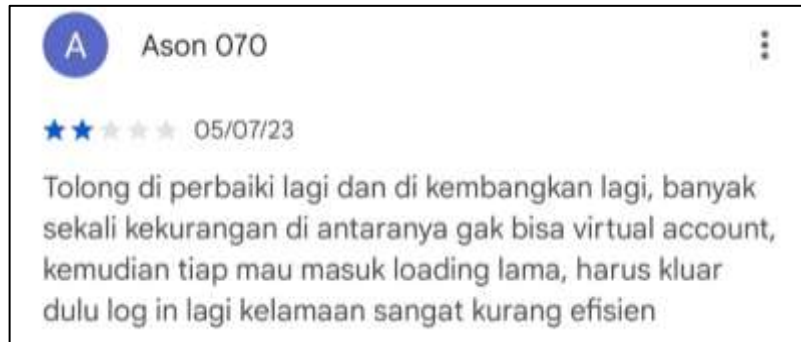
Gambar 4 Diagram Perbandingan Jumlah *Download* BCA *Mobile* Syariah dan Pesaing
(Sumber : Play Store, 2023)

Diagram tersebut menunjukkan bahwa jumlah *download* BCA Syariah *Mobile* memiliki selisih yang cukup jauh jika dibandingkan dengan jumlah *download* tertinggi yaitu BSI (Bank Syariah *Mobile*) sebanyak 5.000.000 *download*.

Selain *rating* dan jumlah *download*, beberapa pengguna atau nasabah juga sering mengeluhkan kualitas pelayanan aplikasi BCA Syariah *Mobile* pada kolom review atau ulasan di App Store dan Play Store. Berikut adalah beberapa review atau ulasan yang diberikan oleh pengguna atau nasabah.



Gambar 5 Ulasan Pengguna Terhadap BCA Syariah *Mobile*
(Sumber : Play Store, 2023)

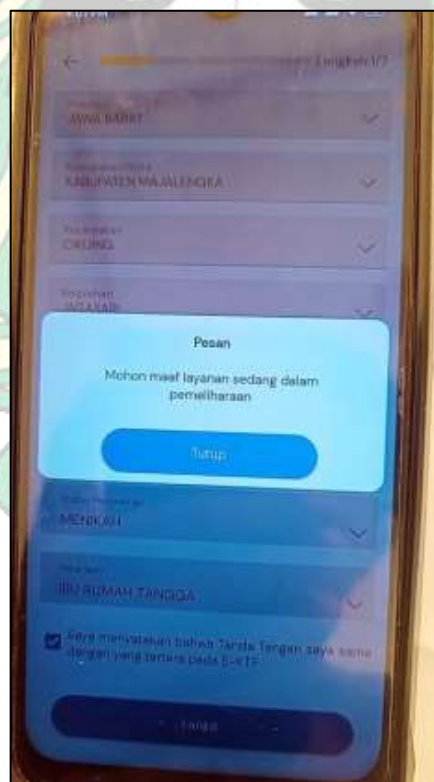


Gambar 6 Ulasan Pengguna Terhadap BCA Syariah Mobile
(Sumber : Play Store, 2023)



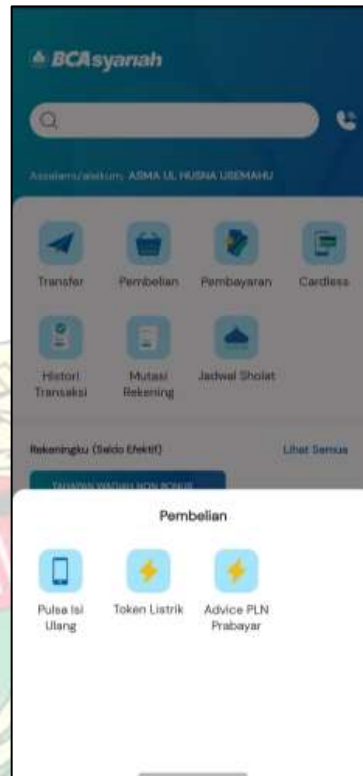
Gambar 7 Ulasan Pengguna Terhadap BCA Syariah Mobile
(Sumber : Play Store, 2023)

Pada ulasan tersebut, pengguna mengeluhkan aplikasi BCA Syariah Mobile yang sering kali mengalami *loading* dengan waktu yang cukup lama dan sering mengalami *maintenance* seperti yang terlihat pada gambar di bawah ini



Gambar 8 Tampilan Aplikasi BCA Syariah Mobile Sedang Pemeliharaan

Aplikasi yang mengalami *maintenance* dapat menghambat nasabah dalam melakukan transaksi. Selain itu nasabah sering mengeluhkan tidak adanya *fitur top up e-wallet* pada aplikasi BCA Syariah Mobile.



Gambar 9 Tampilan Menu Pembelian Aplikasi BCA Syariah Mobile

Fitur *top up e-wallet* merupakan hal penting karena pembayaran saat ini berubah menjadi pembayaran dalam bentuk digital yang dinamakan *e-wallet* atau dompet digital. *Rating*, ulasan, dan jumlah *download* tersebut menunjukkan bahwa kualitas layanan BCA Syariah Mobile masih tergolong rendah. Sehingga perlu dilakukan analisis kualitas untuk meningkatkan kualitas layanannya.

BCA Syariah Mobile tergolong produk digital, dimana dalam pengukuran kualitas layanan dapat menggunakan metode *E-servqual* (E-Service quality). Dimensi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *efficiency*, *fulfillment/reliability*, *system availability*, *privacy/security*, dan *contact* dari Parasuraman, et al (2005) dalam penelitian *A Multiple-Item Scale for Assessing Electronic Service quality*. Adapun alasan dimensi lain yang dipaparkan oleh Parasuraman, et al., (2005) tidak diikuti pada penelitian ini adalah dimensi *responsiveness* dan dimensi *compensation*. Kedua dimensi tersebut masuk kedalam *E-Recovery-Servqual* yaitu dimensi yang digunakan pelanggan untuk menilai layanan pemulihan saat mereka

memiliki masalah atau pertanyaan. Dimensi tersebut berada di luar dari objek pada penelitian ini, dimana objek penelitian ini adalah nasabah Bank BCA Syariah berusia produktif yang menggunakan layanan BCA Syariah *Mobile* tanpa kriteria pernah mengalami masalah.

Akan tetapi, *E-servqual* tidak didesain sebagai *tool* untuk inovasi sehingga memerlukan *tool* tambahan seperti model Kano untuk menjawab keterbatasan-keterbatasan tersebut (Sylvarez dan Wijaksana, 2016). Kano mengemukakan sebuah model yang membantu peneliti dalam membedakan antara tiga jenis layanan/produk yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, yaitu *must be requirement*, *one-dimensional requirements*, dan *attractive requirements*. Model Kano juga bisa memberikan perbedaan atribut dari layanan *mobile banking* sejauh mana atribut itu mampu memberikan pelayanan kepada pelanggan (Lame dan Gafar, 2013). Penggabungan model Kano dan *E-servqual* dapat menjawab keterbatasan-keterbatasan tersebut. Model Kano dapat membantu organisasi mengkategorikan atribut-atribut pengukuran kepuasan pelanggan berdasarkan hubungan antara kinerja dengan kepuasan pelanggan yang dihasilkan.

Berdasarkan permasalahan *rating* dan jumlah *download*, BCA Syariah *Mobile* perlu meningkatkan kualitas layanannya agar dapat bersaing dengan aplikasi sejenis. Oleh karena itu, dilakukan analisis kualitas layanan BCA Syariah *Mobile* dengan metode *E-servqual* dan model kano.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dari penelitian ini adalah:

- a. Bagaimana tingkat kualitas pelayanan BCA Syariah *Mobile*?
- b. Bagaimana urutan prioritas perbaikan kualitas pelayanan *Mobile banking* Bank BCA (BCA Syariah *Mobile*)?
- c. Bagaimana rekomendasi perbaikan yang bisa dilakukan BCA Syariah *Mobile* untuk meningkatkan kualitas pelayanannya?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah:

- a. Mengukur kualitas pelayanan *Mobile banking* Bank BCA Syariah (BCA Syariah *Mobile*).
- b. Memberikan peringkat urutan prioritas perbaikan kualitas layanan *Mobile banking* Bank BCA Syariah (BCA Syariah *Mobile*).
- c. Memberikan rekomendasi perbaikan yang bisa dilakukan BCA Syariah *Mobile* untuk meningkatkan kualitas pelayanannya.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dapat diperoleh dari penelitian ini adalah:

- a. Bagi perusahaan
Perusahaan dapat mengetahui tingkat kualitas pelayanan jasa perbankan *mobile* nya. Dari hasil tersebut bisa dianalisis rekomendasi perbaikan agar perusahaan dapat meningkatkan kualitas pelayanannya.
- b. Bagi perguruan tinggi
Hasil dari penelitian dapat digunakan sebagai bahan rujukan dan referensi untuk pengembangan ilmu pengetahuan Teknik Industri terkhusus dalam bidang manajemen kualitas pelayanan.
- c. Bagi penulis
Memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan studi Strata 1 pada Departemen Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Hasanuddin serta menambah wawasan dan untuk meningkatkan kompetensi serta kecerdasan intelektual.

1.5 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah:

- a. Objek penelitian adalah nasabah Bank BCA Syariah berusia produktif yang menggunakan layanan BCA Syariah *Mobile*.
- b. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui persepsi dan harapan nasabah terhadap kualitas layanan *Mobile banking* Bank BCA (BCA *Mobile*) dengan

lima dimensi *E-servqual* yaitu, *Efficiency*, *Fulfillment/reliability*, *System availability*, *Privacy/security* dan *Contact*.

- c. Metode yang digunakan dalam analisis penelitian ini ialah *E-Service quality* (*E-servqual*) untuk mengukur kualitas layanan jasa dan Model Kano untuk menentukan urutan prioritas perbaikan kualitas layanan.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Definisi Kualitas

Dalam suatu bisnis atau usaha yang bergerak di bidang manufaktur dan sekaligus penyedia jasa, kualitas merupakan salah satu dari sekian banyak faktor yang harus menjadi perhatian jika ingin bisnis dan usaha tersebut tetap dapat bersaing. Agar suatu bisnis atau usaha dapat memenangkan persaingan yang ada tentu barang atau jasa yang dihasilkan haruslah berkualitas. Jika dilihat dari sudut pandang konsumen, setiap orang dalam memilih untuk menggunakan ataupun membeli suatu barang dan jasa, kualitas tentu menjadi salah satu hal yang utama menjadi perhatian disamping harga dan hal lainnya. Kualitas dianggap penting karena tidak hanya menunjukkan kegunaan dari suatu barang atau jasa melainkan juga kecocokan antara si pembeli maupun si pengguna dalam menggunakan barang atau jasa yang dipilihnya. Produk atau jasa yang memiliki kualitas tentu menjadi sesuatu yang dicari oleh konsumen karena ketahanan, keandalan, kenyamanan, penampilan dan integritasnya membuat orang-orang dalam hal ini konsumen nyaman untuk menggunakan produk atau jasa tersebut. Berdasarkan definisi yang ada, kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Tjiptono, 2006).

Berdasarkan definisi tersebut dapat dikatakan bahwa kualitas adalah sesuatu hal yang menyangkut produk atau jasa yang karena nilainya memenuhi bahkan melebihi dari ekspektasi atau harapan si pengguna maka dapat memunculkan perasaan puas terhadap yang menggunakannya. Kualitas yang baik diiringi dengan harga jual yang kompetitif membuat suatu barang atau jasa banyak diminati oleh para konsumen. Berdasarkan hal tersebut maka setiap pelaku bisnis atau usaha dituntut untuk dapat selalu bisa menyediakan barang atau jasa yang berkualitas namun dengan harga yang tetap kompetitif agar bisnis dan usahanya dapat mampu terus bersaing dengan pelaku usaha lainnya.

2.2 Definisi Layanan

Pelayanan pada dasarnya dapat didefinisikan sebagai aktivitas seseorang, kelompok, dan atau organisasi baik langsung maupun tidak langsung untuk memenuhi kebutuhan nasabah. Pelayanan diberikan sebagai tindakan seseorang untuk memberikan kepuasan kepada nasabah. Dalam artian bahwa pelayanan langsung berhadapan dengan nasabah dengan menempatkan nasabah sebagai sesuatu yang mendesak. Moenir (2003), mengatakan bahwa pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung. Sedangkan, Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara (1993), mengemukakan bahwa pelayanan adalah segala bentuk kegiatan pelayanan dalam bentuk barang atau jasa dalam rangka upaya pemenuhan kebutuhan masyarakat (Pasolong, 2017).

Pelayanan dapat dibedakan menjadi tiga kelompok, yaitu: (Arif, 2010)

- a. *Care service*, adalah pelayanan yang ditawarkan kepada nasabah yang merupakan produk utamanya. Misalnya produk utama perbankan adalah sebagai sarana penyimpanan dana masyarakat.
- b. *Facilitating service*, adalah fasilitas pelayanan tambahan kepada nasabah. Seperti adanya bagi hasil yang diberikan kepada nasabah penabung.
- c. *Supporting service*, merupakan pelayanan tambahan (pendukung) untuk meningkatkan nilai pelayanan atau untuk membedakan dengan pelayanan-pelayanan dari pihak pesaingnya. Misalkan fasilitas internet *banking* dan *Mobile banking*.

Dalam semua bidang usaha baik itu manufaktur atau trading, penyedia barang atau jasa, pelayanan menjadi hal yang paling utama terhadap konsumen. Apabila suatu usaha atau bisnis menghasilkan produk berupa barang yang dapat disentuh dan nampak riil wujudnya maka layanan atau *service* merupakan produk yang diberikan oleh perusahaan yang wujud dan fisiknya tidak nampak. Walaupun demikian layanan tidak dapat dipandang sebelah mata oleh para pelaku bisnis terutama jika bisnisnya berupa jasa. Kotler (2002) mendefinisikan jasa sebagai setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat *intangibile* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Namun begitu, produk jasa bisa berhubungan dengan produk fisik maupun tidak. Berdasarkan keterangan tersebut bisa

disimpulkan bahwa layanan atau *service* tidak hanya berfokus pada satu jenis industri dalam menawarkan jasanya. Layanan itu sendiri adalah sesuatu yang diberikan dan digunakan secara bersamaan, bersama dengan produk dan jasa yang dihasilkan oleh suatu perusahaan.

2.3 Kualitas Layanan

2.3.1 Definisi Kualitas Layanan

Kualitas layanan (*service quality*) adalah perbandingan layanan antara kenyataan dan harapan nasabah. Jika kenyataan yang diterima lebih dari yang diharapkan, maka layanan dapat dikatakan bermutu dan nasabah akan puas, sebaliknya jika kenyataan kurang dari yang diharapkan, maka layanan dikatakan tidak bermutu dan nasabah akan kecewa atau tidak puas (Arif, 2010).

Menurut Kasmir (2015), produk secara umum dapat diartikan sebagai sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah. Artinya, bagaimana pun wujudnya selama itu dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan seseorang, maka disebut sebagai produk. Sehingga produk dapat disimpulkan sebagai sesuatu yang dapat memberikan manfaat, baik dalam hal memenuhi kebutuhan sehari-hari atau sesuatu yang dapat dikonsumsi oleh konsumen.

Gaspersz (1997) mengemukakan bahwa pada dasarnya kualitas mengacu kepada pengertian pokok:

- a. Kualitas terdiri atas sejumlah keistimewaan produk, baik keistimewaan langsung, maupun keistimewaan atraktif yang memenuhi keinginan nasabah dan memberikan kepuasan atas penggunaan produk.
- b. Kualitas terdiri atas segala sesuatu yang bebas dari kekurangan atau kerusakan.
- c. Konsep kualitas bersifat relatif, maksudnya penilaian kualitas bergantung kepada perspektif yang digunakan untuk menentukan ciri-ciri pelayanan yang spesifik.

Menurut Trilestari (2004), pada dasarnya terdapat tiga orientasi kualitas yang seharusnya konsisten antara yang satu dengan yang lain, yaitu persepsi nasabah, produk, dan proses. Untuk produk jasa pelayanan, ketiga orientasi tersebut

dapat menyumbangkan keberhasilan organisasi ditinjau dari kepuasan nasabah. Kepuasan masyarakat terhadap pelayanan organisasi publik, sangat penting karena erat kaitannya dengan hubungan kepercayaan masyarakat. Semakin baik pemerintahan dan kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi kepercayaan masyarakat (high trust) (Pasolong, 2017).

2.3.2 Dimensi Kualitas Layanan

Menurut Nasution (2004), kualitas layanan merupakan suatu metode yang ditunjukkan untuk menentukan standarisasi dari persepsi antara layanan yang diberikan oleh produsen terhadap kenyataan yang diterima oleh konsumen. Di dalam kualitas layanan terdapat beberapa dimensi yang menjadi dasar dalam mengukur kualitas layanan yang diberikan. Ada beberapa pakar seperti Parasuraman, Zeithaml, dan Berry yang melakukan penelitian khusus pada beberapa jenis jasa dan berhasil mengidentifikasi sepuluh faktor utama yang menentukan kualitas jasa, yaitu:

- a. *Reliability*, mencakup dua hal pokok, yaitu konsistensi kerja dan kemampuan untuk dipercaya (*dependability*). Hal ini berarti perusahaan memberikan jasanya secara tepat semenjak saat pertama.
- b. *Responsiveness*, yaitu kemauan atau persiapan para karyawan untuk memberikan jasa yang dibutuhkan nasabah.
- c. *Competence*, artinya setiap orang dalam perusahaan memiliki keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan agar dapat memberikan jasa tertentu.
- d. *Access*, meliputi kemudahan untuk dihubungi dan ditemui. Hal ini berarti, lokasi fasilitas jasa yang mudah dijangkau, waktu menunggu tidak terlalu lama, saluran komunikasi perusahaan mudah dihubungi, dan lain-lain.
- e. *Courtesy*, meliputi sikap sopan santun, menghargai, perhatian, dan keramahan yang memiliki contact personnel, seperti resepsionis, operator telepon, dan lain-lain.
- f. *Communication*, artinya memberikan informasi kepada nasabah dalam bahasa yang dapat mereka pahami serta selalu mendengarkan saran dan keluhan nasabah.

- g. *Credibility*, yaitu sifat jujur dan dapat dipercaya. Kredibilitas mencakup nama dan reputasi perusahaan, karakteristik pribadi, contact personnel, dan interaksi dengan nasabah.
- h. *Security*, yaitu aman dari bahaya, risiko, atau keragu-raguan. Aspek ini meliputi keamanan secara fisik, keamanan finansial, dan kerahasiaan.
- i. *Understanding/knowning the customer*, yaitu usaha memahami kebutuhan nasabah.
- j. *Tangibles*, yaitu bukti fisik dari jasa, bisa berupa fasilitas fisik, peralatan yang dipergunakan, representasi fisik dari jasa, misalnya kartu kredit plastik.

2.4 *E-Service quality*

2.4.1 *Pengertian E-Service quality*

Pada dasarnya, *E-Service quality* merupakan pengembangan dari *Service quality* yang diterapkan pada sebuah media elektronik. *E-Service quality* atau yang juga dikenal sebagai *E-servqual*, merupakan versi baru dari *Service quality* (*ServQual*). *E-Service quality* dikembangkan untuk mengevaluasi suatu pelayanan yang diberikan pada jaringan internet. *E-Service quality* didefinisikan sebagai perluasan dari kemampuan suatu situs untuk memfasilitasi kegiatan belanja, pembelian dan distribusi secara efektif dan efisien (Chase et al., 2006).

E-Service quality adalah sejauh mana sebuah *website* memfasilitasi para nasabah dalam berbelanja atau membeli secara efektif dan efisien (Chang et al., 2009). Suatu layanan internet atau *E-Service quality* adalah termasuk salah satu aktivitas yang tidak kasat mata (tidak bisa diraba) dan aktivitasnya hanya dilakukan pada saat nasabah melakukan pemesanan atau pembelian melalui *website*. Dalam melakukan pembelian melalui internet mengusulkan lima dimensi kualitas *e-service* yakni: *design website*, reabilitas, ketanggapan, kepercayaan, dan personalisasi (Suryani, 2013).

2.4.2 *Dimensi E-Service quality*

Metode *E-servqual* yaitu model kualitas jasa *online* yang paling komprehensif dan integratif, komprehensif dan integratif dikarenakan dimensi yang

dikemukakan Zeithaml, et al. relevan dan secara menyeluruh memenuhi kebutuhan untuk mengevaluasi kualitas jasa elektronik (Tjiptono, 2012). Terdapat tujuh dimensi *E-servqual*, yaitu:

- a. Efisiensi, yaitu kemampuan pelanggan untuk mengakses *website*, mencari produk yang diinginkan dan informasi yang berkaitan dengan produk tersebut, dan meninggalkan situs bersangkutan dengan upaya minimal.
- b. Reliabilitas, yaitu berkenaan dengan fungsionalitas teknis situs bersangkutan, khususnya sejauh mana situs tersebut tersedia dan berfungsi.
- c. *Fulfillment*, yaitu mencakup akurasi janji layanan, ketersediaan stok produk, dan pengiriman produk sesuai dengan waktu yang dijanjikan.
- d. Privasi, yaitu berupa jaminan bahwa data perilaku berbelanja tidak akan diberikan kepada pihak lain manapun dan bahwa informasi kartu kredit pelanggan terjamin keamanannya.
- e. Daya Tanggap, yaitu kemampuan pengelola untuk memberikan informasi yang tepat kepada pelanggan sewaktu timbul masalah, memiliki mekanisme untuk menangani pengembalian produk, dan menyediakan garansi online.
- f. Kompensasi, yaitu pengembalian uang, biaya pengiriman, dan biaya penanganan produk.
- g. Kontak, yaitu kebutuhan pelanggan untuk bisa berbicara dengan staf layanan pelanggan secara online atau melalui telepon (dan bukan berkomunikasi dengan mesin).

Berdasarkan tujuh aspek dimensi kualitas pelayanan, dimana terbagi menjadi 2 bagian yaitu *E-Service Quality* (E-S-Qual) dan *Electronic-Recovery Service Quality* (E-RecSQual) (Parasuraman, et al., 2005):

- a. E-S-Qual:
 - 1) *Efficiency* (efisiensi): kemudahan dan kecepatan dalam mengakses situs tersebut.
 - 2) *Fulfillment* (penyelesaian): segala macam transaksi yang dilakukan dapat diselesaikan sesuai harapan.
 - 3) *System Availability* (ketersediaan sistem): segala macam fungsi teknik yang tersedia dapat berjalan dengan lancar.

- 4) *Privacy* (rahasia pribadi): memberikan suatu keamanan dan jaminan terhadap data-data individu / pribadi.
- 5) *Contact* (kontak): ketersediaan customer service melalui telepon atau perwakilan dalam fasilitas pendukung online.

b. *E-Recovery Service-Quality*:

- 1) *Responsiveness* (responsif): memberikan tanggapan dengan cepat pada situs tersebut.
- 2) *Compensation* (kompensasi): tingkat kompensasi yang dapat diterima oleh nasabah bila terjadi masalah.

Dalam pengukuran kualitas layanan dapat menggunakan metode *E-servqual* (*E-Service quality*). Dimensi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *efficiency*, *fulfillment/reliability*, *system availability*, *privacy/security*, dan *contact* dari Parasuraman, et al (2005) dalam penelitian *A Multiple-Item Scale for Assessing Electronic Service quality*. Adapun alasan dimensi lain yang dipaparkan oleh Parasuraman, et al., (2005) tidak diikutkan pada penelitian ini adalah dimensi *responsiveness* dan dimensi *compensation*. Kedua dimensi tersebut masuk kedalam *E-RecS-Qual* yaitu dimensi yang digunakan pelanggan untuk menilai layanan pemulihan saat mereka memiliki masalah atau pertanyaan. Dimensi tersebut berada di luar dari objek pada penelitian ini, dimana objek penelitian ini adalah nasabah Bank BCA Syariah berusia produktif yang menggunakan layanan BCA Syariah *Mobile* tanpa kriteria pernah mengalami masalah.

2.5 Model Kano

2.5.1 Pengertian Model Kano

Model kano merupakan suatu model yang dikembangkan oleh Noriaki Kano pada tahun 1984. Model kano merupakan model dengan tujuan untuk mengategorikan atribut-atribut dari produk maupun jasa berdasarkan seberapa baik produk tersebut mampu memuaskan kebutuhan konsumen. Kano model menitikberatkan pada penurunan fitur produk yang difokuskan pada kepuasan pelanggan. Kano juga menghasilkan metodologi untuk memetakan respon pelanggan pada kuisioner. Terdapat beberapa keunggulan dalam menggunakan

metode kano, yaitu mendapatkan pemahaman yang lebih baik terhadap permintaan konsumen, dapat memprioritaskan permintaan konsumen untuk pengembangan aktivitas selanjutnya, dan dapat membedakan karakteristik dari pasar (Maulidiyah, 2021).

2.5.2 Klasifikasi Kategori Atribut

Dalam model kano terdapat beberapa klasifikasi kategori atribut layanan. Atribut-atribut layanan dapat dibedakan menjadi beberapa kategori, yaitu:

a. *Must be/basic needs*

Must be merupakan kategori ketidakpuasan pelanggan jika kinerja dari atribut yang bersangkutan rendah. Tetapi kepuasan pelanggan tidak akan meningkat jauh di atas netral meskipun kinerja dari atribut tersebut tinggi.

b. *One dimensional/performance needs*

One dimensional merupakan tingkat kepuasan yang berhubungan dengan kinerja atribut, sehingga pada kinerja atribut yang tinggi akan mengakibatkan tingginya kepuasan pelanggan.

c. *Attractive/excitement needs*

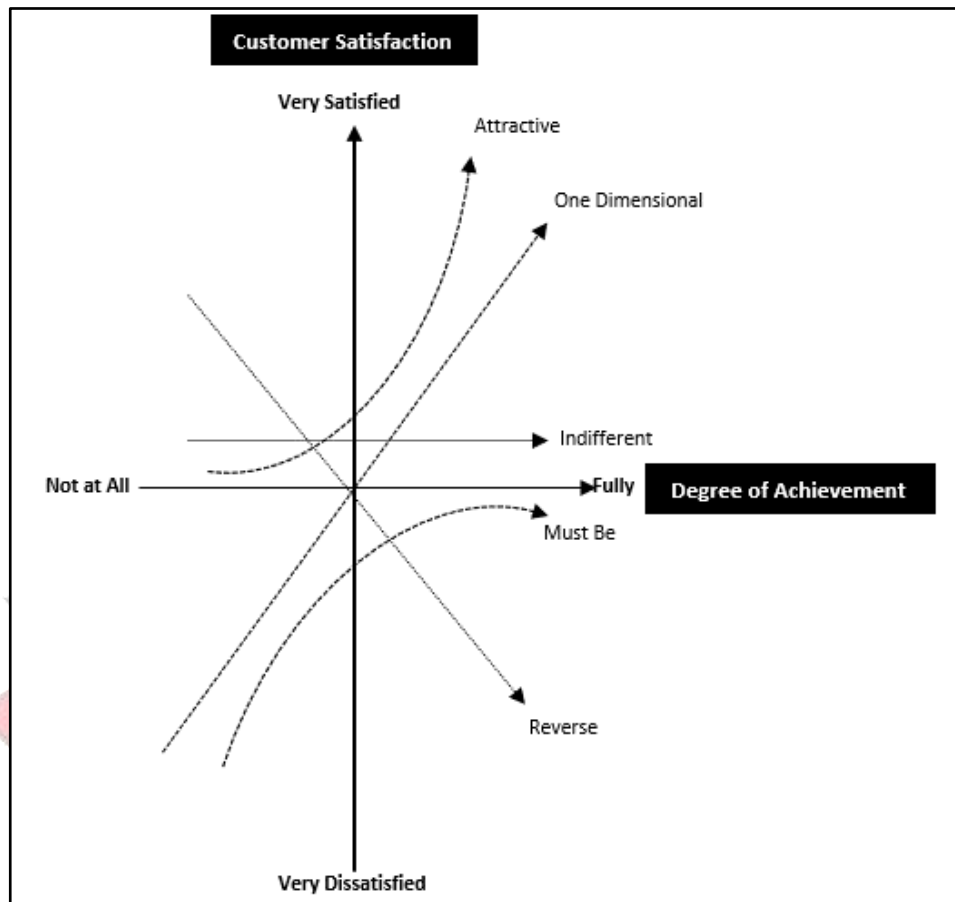
Attractive merupakan peningkatan tingkat kepuasan pelanggan dengan meningkatnya kinerja atribut. Akan tetapi penurunan kinerja atribut tidak akan menyebabkan penurunan tingkat kepuasan pelanggan.

d. *Indifferent*

Indifferent merupakan ketidakpedulian pelanggan dengan adanya atribut yang ditawarkan sehingga keberadaannya atribut ini tidak terlalu berpengaruh terhadap kenaikan/penurunan tingkat kepuasan pelanggan.

e. *Reversal*

Reversal merupakan kebalikan dari kategori *one dimensional*, yaitu derajat kepuasan konsumen lebih tinggi jika layanan berlangsung tidak semestinya, dibandingkan kepuasan terhadap layanan yang berjalan lebih baik.



Gambar 10 Model Kano
(Sumber: Kano, 1984)

2.5.3 Langkah-langkah Model Kano

Dalam metode Kano, terdapat beberapa langkah-langkah yang harus dilakukan untuk menjawab permasalahan, berikut merupakan langkah-langkah dalam menyusun metode kano:

a. Identifikasi atribut

Pada tahap identifikasi atribut terjadi proses pengelompokan atribut berdasarkan dimensi servqual.

b. Penyebaran kuesioner

Pada tahap ini akan terjadi proses penyusunan dan penyebaran kuesioner ke pelanggan sebagai contoh kuesioner yang digunakan untuk menentukan preferensi konsumen.

c. Klasifikasi Atribut

Pada tahap ini akan terjadi proses penentuan kategori atribut tiap responden, perhitungan jumlah masing-masing kategori kano dalam tiap-tiap atribut, dan menentukan kategori kano untuk tiap atribut. Berikut merupakan tabel penentuan kategori kano

Tabel 1 Penentuan Kategori Kano

<i>Customer Requirement</i>	<i>Dysfunctional</i>				
	<i>Like</i>	<i>Must be</i>	<i>Neutral</i>	<i>Live with</i>	<i>Dislike</i>
<i>Functional</i>	<i>Like</i>	Q	A	A	O
	<i>Must be</i>	R	I	I	M
	<i>Neutral</i>	R	I	I	M
	<i>Live with</i>	R	I	I	M
	<i>Dislike</i>	R	R	R	Q

(Sumber: Kano, 1984)

Keterangan:

Q = *Questionable*

R = *Reserve*

A = *Attractive*

I = *Indifferent*

O = *One Dimensional*

M = *Must be*

d. Perhitungan nilai *better* dan *worse*

Perhitungan nilai *better* mengidentifikasi banyak kenaikan kepuasan pelanggan jika kita melakukan peningkatan. Sedangkan, *worse* mengidentifikasi banyak penurunan apabila kita tidak melakukan peningkatan. Berikut merupakan rumus dalam perhitungan *better* dan *worse*.

$$Better = \frac{A + O}{A + O + M + I}$$

$$Worse = \frac{O + M}{A + O + M + I \times (-1)}$$

Koefisien kepuasan konsumen (nilai *better*) berkisar antara 0 hingga 1, semakin mendekati 1, semakin tinggi pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan koefisien ketidakpuasan konsumen (nilai *worse*)

berkisar antara 0 hingga -1, semakin mendekati -1, semakin kuat pengaruhnya terhadap ketidakpuasan konsumen.

e. Tindakan perbaikan

Secara umum tindakan perbaikan merupakan panduan untuk objek amatan dalam menentukan target untuk kategori kano.

2.6 Mobile banking

2.6.1 Definisi Mobile banking

Mobile banking (m-banking) merupakan sebuah fasilitas atau layanan perbankan menggunakan alat komunikasi untuk bertransaksi melalui aplikasi yang terdapat pada *handphone* (Nurastuti, 2011). Dengan adanya layanan *Mobile banking*, transaksi perbankan yang biasanya dilakukan secara manual, kini dapat dilakukan dengan menggunakan *handphone* nasabah untuk menghemat waktu dan biaya.

Menurut Riswandi (2005), *m-banking* merupakan suatu layanan inovatif yang ditawarkan oleh bank yang memungkinkan pengguna kegiatan transaksi perbankan melalui *smartphone*. *Mobile banking* merupakan sebuah fasilitas atau layanan perbankan menggunakan alat komunikasi bergerak seperti *handphone*, dengan penyediaan fasilitas untuk bertransaksi perbankan melalui aplikasi pada *handphone*.

2.6.2 Manfaat Penerapan Mobile banking

Menurut Supriyono (2011), manfaat yang dapat diperoleh dari penggunaan *Mobile banking* adalah:

- a. Mudah, karena untuk melakukan transaksi perbankan, kita tidak perlu datang langsung ke *bank* kecuali pada saat mendaftarkan nomor ponsel.
- b. Praktis, karena setiap nasabah dapat langsung bertransaksi melalui ponsel setiap saat, kapan saja dan dimana saja.
- c. Aman, karena *Mobile banking* dilengkapi dengan sistem proteksi maksimal yang secara otomatis sudah terprogram sejak pendaftaran. Selain menggunakan pin yang dapat dipilih sendiri dan nomor ponsel yang didaftarkan, setiap transaksi yang dilakukan juga akan dilacak untuk menjamin keamanan para nasabah.

- d. Penggunaan yang bersahabat, karena *Mobile banking* dirancang sedemikian rupa sehingga mudah digunakan oleh siapa saja. Nasabah bisa memilih jenis transaksi dari menu yang telah tersedia tanpa harus menghafal kode transaksi yang ingin dilakukan.
- e. Nyaman, karena berbagai transaksi yang biasa dilakukan di ATM, kini dapat dilakukan melalui *m-banking* kecuali penarikan tunai.

2.7 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu digunakan sebagai bahan referensi atas permasalahan dan metode yang digunakan dalam penelitian ini. Berikut merupakan beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini.

Tabel 2 Penelitian terdahulu

No	Peneliti	Judul, Tahun	Metode	Hasil
1.	Marliyah, M.Ridwan, Ayu Kartika Sari	<i>The Effect of E-Service quality on Satisfaction and Its Impact on Customer Loyalty of Mobile banking Users (Case Study of Bank Syariah Mandiri KCP Belawan) (2021)</i>	E-servqual dan SEM	Penelitian dilakukan dengan mengukur kualitas layanan <i>mobile banking</i> Mandiri Syariah menggunakan <i>E-servqual</i> lalu diintegrasikan dengan metode SEM untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah. Hasil penelitian menunjukan adanya pengaruh langsung antara kualitas layanan dengan kepuasan dan loyalitas nasabah serta pengaruh langsung

No	Peneliti	Judul, Tahun	Metode	Hasil
				antara kepuasan nasabah dengan loyalitas nasabah
2.	Qingji Zhou, et al	<i>A Study on Factors Affecting Service quality and Loyalty Intention In Mobile banking (2021)</i>	<i>E-servqual</i> dan SEM	Penelitian dilakukan dengan mengukur kualitas layanan <i>mobile banking</i> menggunakan <i>E-servqual</i> lalu diintegrasikan dengan metode SEM. Hasil penelitian menunjukkan dimensi <i>E-servqual</i> (interface design, system quality, security assurance and service quality) berpengaruh pada loyalitas nasabah.
3.	Liem, et al	<i>Customer Satisfaction Analysis of PT Bank XYZ Mobile banking Service in Airmadidi Area Using E-servqual (2020)</i>	<i>E-servqual</i> dan Regresi Berganda	Penelitian menggunakan 7 dimensi <i>E-servqual</i> untuk menilai persepsi nasabah terhadap kualitas layanan <i>mobile banking</i> . Hasil analisis linear regresi berganda menunjukkan bahwa <i>E-servqual</i> berpengaruh sebesar 64.4% terhadap kepuasan nasabah

No	Peneliti	Judul, Tahun	Metode	Hasil
				pengguna <i>Mobile banking</i> dan 34.6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.
4.	Berliana Haza Fatikah1, Hasan Al-Banna2,	<i>The Influence of E-servqual and E-trust on E-Loyalty: The Role of E-satisfaction As An Intervening On Islamic Mobile banking Customers</i> (2022)	Dimensi <i>E-servqual</i> , SEM, dan SmartPLS	Penelitian menggunakan dimensi <i>e-servqual</i> untuk diidentifikasi pengaruhnya dengan <i>e-trust</i> serta <i>e-satisfaction</i> . Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel-variabel <i>e-service quality</i> dan <i>e-trust</i> memiliki pengaruh positif terhadap <i>e-satisfaction</i> , variabel <i>e-satisfaction</i> dan <i>e-trust</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>e-loyalty</i> , variabel <i>e-service quality</i> dan <i>etrust</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>e-loyalty</i> melalui <i>e-satisfaction</i> 2) variabel <i>e-service quality</i> tidak

No	Peneliti	Judul, Tahun	Metode	Hasil
				berpengaruh signifikan terhadap e-loyalty, variabel umur dan jenis kelamin tidak dapat memperkuat hubungan antara e-satisfaction dan e-loyalty.
5.	Della I S Putri, Heny Hendrayati, Ratih Hurriyati	<i>The Influence of Electronic Service quality (M-banking) on Customer Satisfaction (Case Study: PT. Bank Negara Indonesia) (2022)</i>	Dimensi <i>E-servqual</i> dan ANOVA	Penelitian ini menganalisis pengaruh kualitas layanan <i>m-banking</i> BNI dengan dimensi <i>E-servqual</i> (<i>Efficiency, Fulfilment, Reliability, Privacy</i>) terhadap kepuasan nasabah. Analisis data penelitian menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa <i>Efficiency, Fulfilment, Reliability</i> , dan <i>Privacy</i> berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna BNI <i>Mobile banking</i> .

Berdasarkan penelitian terdahulu, terdapat persamaan dengan penelitian ini, yaitu pada penggunaan metode analisis kualitasnya. Dalam menganalisis kualitas pelayanan, penelitian terdahulu juga menggunakan metode *E-servqual*. Walaupun sudah menggunakan metode tersebut, namun penelitian terdahulu mengintegrasikannya dengan metode *Structural Equation Modelling* (SEM). Dengan mengintegrasikan metode *E-servqual* dan metode SEM, penelitian hanya berfokus pada hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah. Sedangkan pada penelitian ini mengintegrasikan metode *E-*

servqual dengan model kano yang memberikan urutan prioritas perbaikan kualitas sesuai dengan kategori model kano. Hasil penelitian ini akan menjadi panduan untuk membantu pihak perusahaan *mobile banking* dalam mengidentifikasi layanan yang membutuhkan perbaikan serta urutan prioritas perbaikannya.

