

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

Pada sub bab ini, peneliti akan menguraikan mengenai landasan teori penelitian yang berguna sebagai dasar dalam pemikiran ketika melakukan pembahasan tentang masalah yang akan di teliti dan untuk mendasari analisis yang akan di gunakan pada bab selanjutnya yang berhubungan dengan variabel penelitian ini. Dengan adanya penelitian ini, maka peneliti melakukan review terhadap beberapa penelitian terdahulu yang telah dibuat. Penelitian tersebut berhubungan dengan tema yang sedang dibahas yaitu tentang “Pengaruh teknologi keuangan, kualitas pelayanan dan tingkat suku bunga terhadap kepuasan nasabah (Studi Pada PT Bank Index Selindo kantor pusat Thamrin)”

#### **2.1 Review Hasil-hasil Penelitian Terdahulu**

Penelitian pertama dari jurnal penelitian yang dilakukan oleh Rizal dan Munawir (2017), *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Teknologi*, Vol.1 No.2, pada jurnal ISSN: 2549-6204 yang berjudul tentang “Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Menggunakan *Mobile Banking (M-Banking)* Pada Bank BCA Cabang Banda Aceh”. Penelitian ini menjelaskan tentang variabel teknologi keuangan yaitu *Mobile Banking*. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen yang menggunakan *M-Banking* pada Bank BCA Cabang Banda Aceh. Penelitian ini dilakukan pada Bank BCA Cabang Banda Aceh terhadap konsumen *M-Banking*, dan yang menjadi objek penelitian adalah tentang kepuasan konsumen dalam menggunakan M-Banking. Penarikan sampel dilakukan dengan metode “Convenience Sampling” terhadap 100 konsumen yang menggunakan M-Banking pada Bank BCA Cabang Banda Aceh.

Dari hasil penelitian diperoleh bahwa tingkat kepuasan nasabah terhadap penggunaan M-Banking pada Bank BCA Cabang Banda Aceh baik dilihat dari variable keandalan, koresponsifan, keyakinan, empati dan berwujud adalah memuaskan hal ini dapat dilihat dari perolehan dari nilai rata-rata dari tanggapan responden untuk semua variabel adalah di atas 3,500. Hasil penelitian

menunjukkan bahwa koefisien determinan ( $R^2$ ) bernilai 92,2 persen menunjukkan bahwa variabel keandalan, koresponsifan, keyakinan, empati dan variabel berwujud berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah yang menggunakan M-Banking pada Bank BCA Cabang Banda Aceh sebesar 92,2 persen dan sisanya 7,8 persen dipengaruhi oleh variabel lainnya diluar model penelitian ini.

Pengujian yang dilakukan baik dengan menggunakan uji F-hitung maupun dengan menggunakan uji t-hitung maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel bebas dalam penelitian ini berpengaruh signifikan baik secara partial maupun secara simultan terhadap kepuasan nasabah yang menggunakan M-Banking pada Bank BCA Cabang Banda Aceh, dengan kata lain hipotesis dalam penelitian ini diterima. Untuk menumbuhkan rasa percaya kepada konsumen, disarankan fitur-fitur, kecepatan dan layanan lainnya serta keamanan dalam penggunaan M-Banking harus ditingkatkan supaya kepercayaan konsumen semakin bertambah.

Penelitian kedua dari jurnal penelitian yang dilakukan oleh Febrianta dan Indrawati (2016), *e-proceeding of management*, Vol.3 No.3, pada jurnal ISSN : 2355-9357 yang berjudul tentang “Pengaruh Kualitas Layanan *mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BCA di kota bandung”. Penelitian ini menjelaskan tentang variabel teknologi keuangan yaitu *mobile Banking*.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah, penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk menambah pengetahuan mengenai *e-servqual* yang terdiri dari *reliability*, *responsiveness*, *assurance dan security*, *convenience*, *efficiency* dan *easiness to operate*. Sampel berjumlah 400 orang dan metode yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif, pada penelitian ini teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis deskriptif dan analisis linier berganda. Hasil pada analisis linear berganda menunjukkan bahwa dimensi *assurance dan security*, *convenience*, *efficiency* dan *easiness to operate* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah, namun untuk dimensi *reliability dan responsiveness* tidak berpengaruh signifikan. Penelitian ini menyarankan untuk perusahaan agar dapat mengoptimalkan kemudahan dalam penggunaan *mobile banking* dan data transaksi nasabah dapat terjamin keamanannya.

Penelitian ketiga dari jurnal penelitian yang dilakukan oleh Tombakan dkk (2015), *Jurnal EMBA*, Vol.3 No.3, pada jurnal ISSN: 2302-11 yang berjudul tentang “Pengaruh kualitas pelayanan, citra merek terhadap kepuasan konsumen pengguna taplus BNI kantor cabang utama Manado”. Variabel dalam penelitian ini yaitu, kualitas layanan ( $X_1$ ), citra merek ( $X_2$ ) dan kepuasan konsumen ( $Y$ ). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan dan citra merek memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen pengguna Taplus BNI kantor cabang utama Manado, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini menggunakan metode analisis asosiatif dan teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi berganda.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan maupun parsial kualitas pelayanan dan citra merek memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini menyarankan sebaiknya manajemen perusahaan mempertahankan pelayanan berkualitas yang diberikan kepada konsumen dan mengembangkan keunggulan dari produk taplus BNI sehingga kepuasan konsumen dapat tercapai.

Penelitian keempat dari jurnal penelitian yang dilakukan oleh Wardhana dkk (2017), *prosiding seminar nasional*, pada jurnal ISSN: 2541-6022 yang berjudul “Pengaruh mutu pelayanan terhadap tingkat kepuasan nasabah pada bagian *customer service* PT Bank Pembangunan daerah Jawa Barat dan Banten tbk cabang Banjarmasin”. Pada penelitian ini terdapat satu variabel X dan satu variabel Y, dimana X (mutu pelayanan), dan Y (kepuasan nasabah)

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh mutu pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada bagian *customer service* PT Bank Pembangunan daerah Jawa Barat dan Banten tbk cabang Banjarmasin. Populasi dalam penelitian ini seluruh nasabah bank BJB Banjarmasin dengan jumlah sampel berjumlah 100 responden dengan menggunakan rumus slovin. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuantitatif, deskriptif dan dengan menggunakan aplikasi SPSS. Hasil dari penelitian ini untuk dimensi *reability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, namun untuk dimensi *tangible* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Penelitian kelima dari jurnal penelitian yang dilakukan oleh Tumangkeng (2013), *jurnal EMBA*, vol.1 no.4 pada jurnal ISSN : 2303-1174 yang berjudul “Kualitas produk, suku bunga dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan KPR bank BTN cabang Manado”. Variabel yang digunakan adalah Variabel Independen dan Variabel Dependen atau Variabel bebas dan variabel terikat. Variabel Independen terdiri dari Kualitas Produk (X1 ), suku bunga (X2), kualitas pelayanan (X3) dan kepuasan pelanggan (Y).

Penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dapat diciptakan perusahaan, dengan memberikan yang terbaik untuk pelanggannya. Perusahaan dapat meningkatkan nilai terhadap pelanggan dengan cara menghasilkan produk yang memiliki keunggulan dan adanya jaminan manfaat produk tersebut. Meningkatkan Nilai dapat dilakukan melalui kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan pada para pelanggan. Kredit pemilikan rumah (KPR) yang ditawarkan diminati masyarakat karena prosedurnya mudah dan tingkat suku bunga yang mudah dijangkau untuk mendapatkan perumahan. melalui produk KPR BTN pelanggan diharapkan akan mendapatkan keuntungan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, suku bunga dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan KPR Bank BTN Cabang Manado. Penelitian ini menggunakan survey, dengan metode penelitian asosiatif. Teknik analisis menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan secara simultan kualitas produk, suku bunga, dan kualitas layanan, berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, Secara parsial suku bunga berpengaruh negatif terhadap kepuasan pelanggan KPR Bank BTN Cabang Manado. Kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan KPR pada Bank BTN Cabang Manado.

Penelitian keenam dari jurnal penelitian yang dilakukan oleh Wulan (2016), *Jurnal Penelitian Kajian Ilmiah*, Vol.14, No.1, pada jurnal ISSN: 2085-2215 yang berjudul tentang “Pengaruh kualitas pelayanan, promosi dan suku bunga kredit terhadap kepuasan nasabah usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) tbk unit Tingkir Salatiga ”. Variabel yang digunakan adalah variabel independen dan variabel dependen atau variabel bebas dan variabel terikat. Variabel independen terdiri dari kualitas

pelayanan (X1), promosi (X2) dan suku bunga (X3) sedangkan kepuasan nasabah (Y) sebagai variabel dependen.

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer dengan menyebarkan kuesioner kepada responden, jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Teknik analisis yang digunakan yaitu teknik analisis regresi linier berganda, uji t, uji F dan koefisien determinasi. Hasil dari penelitian ini yaitu, kualitas pelayanan, promosi dan suku bunga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Penelitian ketujuh dari jurnal penelitian yang dilakukan oleh Sanjuq (2014), *International journal of business administration*, vol.5, no.4, pada jurnal ISSN: 1923-4007 yang berjudul “*The Impact of service quality delivery on customer satisfaction in the banking sector in Riyadh, Saudi Arabia*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi dampak kualitas layanan dengan dasar *SERVQUAL* model terhadap kepuasan pelanggan di sektor perbankan Arab Saudi.

Penelitian ini bersifat kuantitatif dan melibatkan distribusi kuesioner terstruktur, pra-tes, dan dikelola sendiri yang didasarkan pada metode kenyamanan untuk 412 pelanggan dari berbagai bank di ibu kota Saudi, Riyadh, selama musim gugur 2014. Tingkat respons 67 persen dan data penelitian dianalisis menggunakan SPSS dan koefisien reliabilitas ( $\alpha$ ) ditentukan. Analisis regresi menemukan hubungan positif antara *assurance*, *empathy*, dan *responsiveness*, tetapi hubungan ini tidak signifikan ( $P \geq 0.50$ ) pada kepuasan pelanggan. Reliabilitas ditemukan memiliki hubungan negatif dengan kepuasan pelanggan, tetapi tidak ada pengaruh yang signifikan pada hal yang sama. Hanya bukti fisik yang ditemukan memiliki hubungan positif dan dampak signifikan ( $P < 0.50$ ) pada kepuasan pelanggan. Hasilnya menunjukkan bahwa, di sektor ritel perbankan, model *servqual* tetap merupakan cara yang efektif untuk mengukur kepuasan pelanggan. Karena nilai pelanggan adalah aset bagi organisasi, organisasi harus memastikan bahwa mereka menyediakan produk dan layanan yang tepat, didukung oleh promosi yang tepat, pada waktu yang tepat bagi pelanggan mereka.

Penelitian kedelapan dari jurnal penelitian yang dilakukan oleh John dan Rotimi (2014), *European journal of business and social sciences*, vol.3, no.3 pada

jurnal ISSN: 2235-767X yang berjudul tentang “*Analysis of electronic banking and customer satisfaction in Nigeria*”. Studi ini meneliti dampak perbankan elektronik pada kepuasan pelanggan bank korporasi di Nigeria.

Munculnya ekonomi global, membuat *electronic banking* semakin menjadi alat yang tak terhindarkan dari strategi bisnis perbankan dan katalis yang kuat untuk pembangunan ekonomi. Data dalam penelitian ini dikumpulkan dengan menggunakan *structured questionnaire*, dianalisis menggunakan statistik deskriptif dan hipotesis yang dirumuskan diuji menggunakan uji chi-square. Studi ini menemukan bahwa ada hubungan yang signifikan antara perbankan elektronik dan kepuasan pelanggan. E-banking juga menjadi populer karena kemudahan dan fleksibilitasnya, serta manfaat transaksi seperti kecepatan, efisiensi, dan aksesibilitas. Meskipun ini penuh dengan rasa tidak aman dan tantangan kekuatan yang paling penting. Penelitian ini menunjukkan bahwa *critical infrastructure* seperti power, keamanan dan telekomunikasi harus diperkuat untuk memastikan penerapan perbankan elektronik di Nigeria dan mengoptimalkan kepuasan pelanggan. Berdasarkan dari hal di atas secara tidak langsung, investasi asing akan meningkat, kapasitas produktif akan berlipat ganda. Ini akan meningkatkan standar hidup warga negara dan selanjutnya menghasilkan pertumbuhan dan pembangunan ekonomi.

Penelitian kesembilan dari jurnal penelitian yang dilakukan oleh Al-Azzam (2015), *European Journal of Business and Management*, vol.7, no.15, pada jurnal ISSN: 2222-1905 yang berjudul tentang “*The impact of service quality dimensions on customer satisfaction: a field study of Arab bank in Irbid city, Jordan*”. *Service-offering channels*/saluran penawaran layanan di dalam sistem perbankan telah muncul dengan berbagai bentuk, seperti internet banking, automatic teller machine, telephone banking dan cabang bank itu sendiri. Persaingan yang matang dan sistem keuangan global telah dipaksa untuk menyelidiki pentingnya kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, penelitian harus menjelaskan perubahan status sistem perbankan dan dinamika pasar keuangan. Penelitian ini menggunakan model kualitas pelayanan (Parasuraman et al., 1988) dengan lima dimensi untuk mengevaluasi pengaruh kepuasan pelanggan diantara

para pelanggan/nasabah bank Arab dikota Irbid. Hasilnya menunjukkan bahwa semakin tinggi kualitas layanan, semakin banyak kepuasan pelanggan.

Dimensi kualitas layanan memainkan peran penting dalam sektor perbankan. Dimensi-dimensi ini adalah tangibilitas, keandalan responsif, empati, dan keamanan. Hasil temuan penelitian menunjukkan bahwa kelima faktor ini secara positif mempengaruhi kepuasan pelanggan. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa kualitas layanan adalah alat yang tepat untuk mengukur kualitas layanan disektor perbankan di Arab Bank. Oleh karena itu, para praktisi sektor perbankan menganggap instrumen ini sebagai alat yang sangat penting untuk mengevaluasi, mendukung, dan meningkatkan kualitas layanan mereka.

Penelitian kesepuluh dari jurnal penelitian yang dilakukan oleh Jham (2016), pada *Journal of Emerging Trends in Economics and Management Sciences (JETEMS)*, vol 7, no 2 pada jurnal ISSN 2141-7024 yang berjudul tentang “*Customer Satisfaction With Internet Banking: Exploring the Mediating Role of Trust*”.

Bank-bank di seluruh dunia telah berhasil mempromosikan layanan baru kepada para pelanggannya. Pelanggan saat ini tertarik untuk melakukan bisnis secara online. Bertransaksi dikantor cabang masih menjadi metode yang paling luas untuk melakukan transaksi perbankan di Uni Emirat Arab (UEA)serta di negara lain. Namun, teknologi internet dengan cepat merubah rancangan dan pengiriman jasa keuangan. *Account* pelanggannya saat ini dihubungkan dengan sistem agar dapat dilihat bagaimana penggunaan layanan *elektronik banking* mereka secara umum.

Penelitian ini berfokus pada pengaruh penggunaan internet banking terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini menginvestigasi terhadap faktor-faktor yang diinginkan pelanggan pada layanan internet banking. Penelitian ini merupakan penelitian *exploratory* terhadap pelanggan di enam bank, hal ini dilakukan untuk mengidentifikasi faktor apa yang menambah kepuasan pelanggan dengan layanan *internet banking*. Selanjutnya penelitian ini dimediasi dengan peran kepercayaan dalam pengaruh kepuasan nasabah dengan *internet banking*. Penelitian ini di kaji melalui analisis regresi. Kuesioner yang disebar sebanyak 492 kuesioner, namun data yang kembali yang diisi dengan lengkap dan akurat

sebanyak 441. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan internet banking berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah. Selanjutnya kepercayaan memiliki pengaruh kepuasan nasabah terhadap internet banking.

Penelitian kesebelas dari jurnal penelitian yang dilakukan oleh Sakhaei dkk (2014), pada *Journal Mathematics and Computer Science* , vol 9, pada jurnal ISSN 2231-5780 yang berjudul tentang “*The Impact of Service Quality on Customer Satisfaction in Internet Banking*”. Penelitian ini menyajikan studi untuk menyelidiki indeks kualitas layanan di *internet banking*.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian survei deskriptif, tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui dampak dari kualitas layanan internet banking terhadap kepuasan nasabah di Iran. Untuk mempelajari hubungan antara kualitas layanan dan kepuasan pelanggan, penelitian ini menggunakan 6 dimensi kualitas pelayanan, diantaranya keandalan, efisiensi, daya tanggap, pemenuhan kebutuhan, keamanan/privasi dan desain situs web. Data dikumpulkan melalui survei wawancara dengan kuesioner dan menggunakan skala likert 1-5. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa keenam dimensi tersebut berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, dimana keandalan merupakan dimensi yang paling berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, sedangkan desain merupakan dimensi yang memiliki pengaruh paling rendah terhadap kepuasan nasabah.

## **2.2 Landasan Teori**

Bank merupakan media perantara keuangan anatar debitur dan kreditur, selain itu bank juga merupakan suatu usaha yang bergerak dalam bidang kepercayaan (Santoso, 2013 : 1).Kegiatan yang diidentifikasi secara tersendiri yang hakikatnya bersifat intangible dan sebagai pemenuhan kebutuhan dan tidak harus terikat pada penjualan jasa atau produk lain merupakan pengertian dari jasa perbankan (Stanton, 2010:220). Dalam hal ini bank adalah suatu lembaga yang dipercaya oleh masyarakat untuk menyimpan uang yang mereka miliki.

Peranan bank sebagai sarana untuk menghimpun dana dari masyarakat menjadi sangat penting bagi dunia usaha, yang secara langsung dapat menumbuhkan perekonomian suatu negara. Hal ini sesuai dengan pendapat

Khairul Amri (2017 : 2). Maksudnya adalah secara langsung pertumbuhan perekonomian disuatu negara sangat dipengaruhi oleh sektor perbankan dinegara tersebut.

Menurut Nursiana (2016) dengan adanya persaingan yang ketat antar bank pada dewasa ini, mengakibatkan terjadi perubahan dalam bisnis perbankan. Persaingan tidak hanya terjadi antar bank saja, tapi juga dari perusahaan keuangan non bank lainnya, yang mengharuskan bank mengembangkan strategi pertahanan untuk menghindari kehilangan nasabah.

Rizal dan Munawir (2017) mengemukakan bahwa Peranan bank sebagai sarana untuk menghimpun dana dari masyarakat menjadi sangat penting bagi dunia usaha, yang secara langsung dapat menumbuhkan perekonomian suatu negara. Hal ini sesuai dengan pendapat Khairul Amri (2017 : 2) Pertumbuhan ekonomi merupakan salah satu indikator keberhasilan pembangunan di setiap negara. Upaya pemerintah meningkatkan tingkat kesejahteraan masyarakatnya tercemin dari pertumbuhan ekonomi yang dapat dicapai. Semakin tinggi tingkat pertumbuhan ekonomi berarti semakin baik tingkat kesejahteraan masyarakat.

Menurut Rizal dan Munawir (2017) Tujuan utama perusahaan pada umumnya yaitu memaksimalkan profit melalui penjualan ataupun penawaran produk dan kepuasan pelanggan yang ditimbulkan oleh produk yang dikonsumsi oleh pelanggan tersebut. Namun menurut Drucker (2010 : 3) menyatakan bahwa suatu perusahaan jasa tidak berorientasi pada keinginan, tetapi pada kebutuhan. Ini berarti perusahaan jasa memberikan perhatian pada pekerjaan yang baik dan sumbangan sosial atau moral, bukannya pada hasil.

### **2.2.1 Teknologi Keuangan**

*Financial technology*/teknologi keuangan merupakan hasil gabungan antara jasa keuangan dengan teknologi yang akhirnya mengubah model bisnis dari konvensional menjadi moderat, yang awalnya dalam membayar harus bertatap-muka dan membawa sejumlah uang kas, kini dapat melakukan transaksi jarak jauh dengan melakukan pembayaran yang dapat dilakukan dalam hitungan detik saja. (bi.go.id)

Fintech berasal dari istilah Financial Technology atau teknologi finansial. Menurut The National Digital Research Centre (NDRC), fintech merupakan suatu inovasi pada sektor finansial. Tentunya, inovasi finansial ini mendapat sentuhan teknologi modern. Keberadaan fintech diharapkan dapat mendatangkan proses transaksi keuangan yang lebih praktis dan aman. Hal ini merupakan salah satu perkembangan sistem layanan keuangan dengan menggunakan teknologi. Bank Indonesia mendefinisikan Fintech sebagai Fenomena perpaduan antara teknologi dan fitur keuangan yang mengubah model bisnis dan penghalang model keuangan yang lemah. (koinworks.com)

Menurut Wicaksono dkk (2015) yang melakukan penelitian tentang *self service technology* dalam dunia perbankan yang dapat juga dikatakan sebagai teknologi keuangan, menyatakan bahwa terdapat lima indikator didalam teknologi keuangan, diantaranya :

1. Kemudahan pengguna.  
Teknologi keuangan dapat digunakan oleh semua kalangan, mudah digunakan dan user friendly.
2. Tingkat Kegunaan.  
Terdapat banyak layanan yang ditawarkan sehingga bermanfaat bagi nasabah dan sesuai dengan keinginan nasabah.
3. Efisiensi biaya.  
Biaya penggunaan teknologi keuangan yang terjangkau.
4. Tingkat keamanan.  
Tingkat keamanan yang diberikan harus yang terbaik sehingga tidak merugikan nasabah ataupun perusahaan.
5. Penggunaan secara mandiri.  
Teknologi keuangan dapat digunakan nasabah secara mandiri oleh nasabah.

### **2.2.2 Kualitas Pelayanan**

Menurut Tambunan dan Suryawardani (2014) kepuasan yang diterima oleh konsumen sangat ditentukan oleh kualitas pelayanan jasa yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumen. Untuk dapat bertahan dalam industri yang dijalankan dan dapat mengembangkan usahanya dalam industri yang dijalankan perusahaan

harus mencapai volume penjualan yang tinggi sehingga mampu menguasai pangsa pasar sasarnya.

Kualitas jasa merupakan tingkat keunggulan (*excellence*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan untuk memenuhi keinginan pelanggan. (Tjiptono, 2011:331). Menurut Tjiptono (2011:346) ada 5 dimensi kualitas pelayanan yaitu:

1. *Reliability* (reliabilitas), adalah kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan memuaskan, segera, dan akurat.
2. *Responsiveness* (daya tanggap), adalah keinginan para karyawan untuk memberikan layanan dengan tanggap dan membantu para pelanggan dengan cepat.
3. *Assurance* (jaminan), mencakup kompetensi, pengetahuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan, bebas dari risiko, bahaya dan keragu-raguan.
4. *Empathy* (empati), mencakup kemudahan dalam komunikasi yang baik, menjalin relasi, perhatian pribadi, dan pemahaman atas kebutuhan individu para pelanggan atau konsumen.
5. *Tangibles* (bukti fisik), terdiri dari perlengkapan, fasilitas fisik, sarana komunikasi, dan pegawai.

Menurut Kotler (2014 : 561) terdapat lima indikator kualitas pelayanan yang dapat dirincikan :

1. Keandalan (*Realibility*)  
Merupakan kemampuan dan keahlian untuk menjalankan dan melaksanakan pelayanan yang dijanjikan dengan terpercaya dan tepat.
2. Keresponsifan (*Responsiveness*)  
keinginan untuk membantu konsumen/pelanggan dan memberikan jasa/layanan dengan cepat atau ketanggapan.
3. Keyakinan (*Confidance*)  
Menyangkut pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan.
4. Empati (Emphaty)  
Syarat untuk peduli, memberikan perhatian pribadi bagi pelanggan.

#### 5. Berwujud (Tangible)

yaitu penampilan fisik dalam hal personel, peralatan, fasilitas dan media komunikasi.

Riswandi (2009: 9) menyatakan bank merupakan lembaga keuangan yang memiliki fungsi *intermediary*, dimana bank dapat menghimpun dana dari masyarakat secara langsung dan diperbolehkan menyalurkannya kepada masyarakat yang membutuhkan. Dengan berdasarkan fungsi bank yang demikian maka jenis layanan yang disediakan dibank umum berikut ini :

##### 1. Menghimpun dana dari masyarakat

Bank umum menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan berupa giro, deposito berjangka, sertifikat deposito, tabungan dan/atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu.

##### 2. Memberi kredit

Dalam memberikan kredit, bank umum wajib mempunyai keyakinan atas kemampuan dan kesanggupan debitur untuk melunasi utangnya sesuai dengan yang diperjanjikan. Kredit yang diberikan oleh bank mengandung risiko sehingga dalam pelaksanaannya bank harus memerhatikan asas-asas perkreditan yang sehat.

##### 3. Memberikan surat pengakuan utang

Bank umum dapat memberikan surat pengakuan utang jangka pendek dan jangka panjang. Surat pengakuan utang jangka pendek adalah seperti yang dimaksudkan dalam pasal 100-229 KUHD yang dalam pasar uang dikenal surat berharga pasar uang (SBPU), seperti promes, wesel, dan jenis lain yang mungkin dikembangkan dimasa yang akan datang. Surat pengakuan utang jangka panjang tersebut dapat berupa obligasi atau sekuritas kredit.

##### 4. Membeli, menjual atau menjamin

Bank umum membeli, menjual atau menjamin risiko sendiri maupun untuk kepentingan dan atas perintah nasabahnya, yakni berupa surat wesel, surat pengakuan utang dan kertas dagang lainnya, kertas pembendaharaan negara dan surat jaminan pemerintah, sertifikat bank indonesia, obligasi, surat dagang berjangka waktu sampai dengan satu tahun, instrumen surat berharga lainnya yang berjangka waktu sampai dengan satu tahun.

5. Pemindahan uang  
Bank umum menjalankan usaha memindahkan uang baik untuk kepentingan sendiri maupun untuk kepentingan nasabah.
6. Menempatkan atau meminjamkan dana  
Bank umum menjalankan usaha menempatkan dana pada, meminjamkan dana dari atau meminjamkan dana kepada bank lain, baik dengan menggunakan surat, sarana telekomunikasi maupun wesel unjuk (*at sight*), cek atau sarana lainnya.
7. Menerima pembayaran dan melakukan perhitungan  
Bank umum menerima pembayaran dari tagihan atas surat berharga dan melakukan perhitungan dengan atau antar pihak ketiga. Kegiatan ini mencakup inkaso dan kliring.
8. Menyediakan tempat penyimpanan  
Bank umum menyediakan tempat untuk menyimpan barang dan surat berharga. Hal yang dimaksud dengan menyediakan tempat dalam ketentuan ini adalah kegiatan bank yang semata-mata melakukan penyewaan tempat penyimpanan barang dan surat berharga (*safety box*) tanpa perlu diketahui mutasi dan isinya oleh bank.
9. Melakukan kegiatan penitipan  
Bank umum melakukan kegiatan penitipan untuk kepentingan pihak lain berdasarkan suatu kontrak. Dalam melakukan kegiatan penitipan, bank menerima titipan harta penitip dengan mengadministrasikannya secara terpisah dari kekayaan bank. Mutasi barang titipan dilaksanakan oleh bank atas perintah penitip. Jika bank mengalami kepailitan, semua harta yang ditiptkan wajib dikembalikan kepada penitip yang bersangkutan.
10. Penempatan dana dalam bentuk surat berharga  
Bank umum melakukan penempatan dana dari nasabah kepada nasabah lainnya dalam bentuk surat berharga yang tidak tercatat dibursa efek. Dalam kegiatan ini bank berperan sebagai penghubung antara nasabah yang membutuhkan dana dengan nasabah yang memiliki dana.
11. Membeli agunan melalui pelelangan

Bank umum membeli semua atau sebagian agunan melalui pelelangan apabila debitur tidak memenuhi kewajibannya kepada bank dengan ketentuan agunan yang dibeli tersebut wajib dicairkan secepatnya.

12. Anjak piutang dan kartu kredit

Bank umum melakukan kegiatan anjak piutang, usaha kartu kredit dan kegiatan wali amanat. Kegiatan anjak piutang merupakan kegiatan pengurusan piutang atau tagihan jangka pendek dari transaksi perdagangan dalam atau luar negeri, yang dilakukan dengan cara pengambilalihan atau pembelian piutang tersebut. Usaha kartu kredit adalah usaha dalam kegiatan pemberian kredit atau pembiayaan untuk pembelian barang atau jasa yang penarikannya dilakukan dengan kartu kredit.

13. Menyediakan pembiayaan bagi nasabah

Bank umum menyediakan pembiayaan bagi nasabah berdasarkan prinsip bagi hasil sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan dalam peraturan pemerintah.

14. Kegiatan lainnya yang lazim

Bank umum melakukan kegiatan yang lazim dan umum dilakukan oleh bank sepanjang tidak bertentangan dengan undang-undang

### **2.2.3 Tingkat Suku Bunga**

Bunga bank dapat diartikan sebagai balas jasa oleh bank yang berdasarkan prinsip konvensional kepada nasabah yang membeli atau menjual produknya. Bunga juga dapat diartikan sebagai harga yang harus dibayar kepada nasabah (yang memiliki simpanan) yang harus di bayar nasabah kepada bank (nasabah yang memperoleh pinjaman) Kasmir (2012: 40). Pembebanan besarnya suku bunga kredit dibedakan pada jenis kreditnya. Penggunaan metode perhitungan yang akan digunakan, sangat mempengaruhi jumlah bunga yang akan dibayar. Jumlah bunga yang dibayar akan mempengaruhi jumlah angsuran per bulan, dimana jumlah angsuran terdiri dari utang/pinjaman pokok dan bunga (Kasmir 2012: 160).

Kasmir (2012:154) juga menjelaskan bahwa dalam kegiatan perbankan konvensional ada dua macam bunga yang diberikan bank kepada nasabahnya yang dapat dijadikan indikator dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bunga simpanan

Bunga simpanan merupakan harga beli yang harus dibayar bank kepada nasabah pemilik simpanan. Bunga simpanan ini diberikan sebagai rangsangan atau balas jasa kepada nasabah yang menyimpan uangnya di bank.

2. Bunga pinjaman

Bunga pinjaman merupakan bunga yang dibebankan kepada peminjam (*debitur*) atau harga jual yang harus dibayar oleh nasabah peminjam kepada bank.

#### **2.2.4 Kepuasan Nasabah**

Menurut Supranto (2012 : 236), dalam upaya peningkatan kepuasan konsumen ada tiga pendekatan yang dilakukan yaitu :

1. Pendekatan I adalah memberikan keuntungan financial pelanggan.
2. Pendekatan II adalah meningkatkan ikatan antara perusahaan dengan pelanggan dengan cara mempelajari kebutuhan masing-masing pelanggan serta memberikan pelayanan yang lebih pribadi sifatnya.
3. Pendekatan III adalah meningkatkan ikatan struktural.

Menurut Wicaksono dkk (2015) variabel kepuasan nasabah diukur dengan tiga indikator, yaitu :

1. Sesuai dengan yang diharapkan.

Nasabah akan merasa puas jika apa yang mereka rasakan sesuai dengan apa yang mereka inginkan, pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang diharapkan pelanggan.

2. Tidak mengecewakan.

Pelayanan yang diberikan tidak mengecewakan pelanggan, tidak ada keluhan dari nasabah maka kepuasan nasabah akan meningkat.

3. Sering digunakan.

Banyak nasabah atau pelanggan sering menggunakan jasa pelayanan yang diberikan oleh perusahaan/bank. Nasabah/pelanggan menggunakan fasilitas yang disediakan perusahaan secara berulang-ulang.

## **2.3 Keterkaitan antar Variabel Penelitian**

### **2.3.1 Pengaruh Teknologi Keuangan Terhadap Kepuasan Nasabah**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Rizal dan Munawir (2017) yang melakukan penelitian tentang pengaruh kepuasan nasabah terhadap menggunakan *mobile banking (m-banking)* pada bank BCA cabang Banda Aceh menyatakan bahwa teknologi keuangan *m-banking* yang dilihat dari faktor keandalan, koresponsifan, keyakinan, empati dan berwujud adalah memuaskan hal ini dapat dilihat dari perolehan nilai rata-rata dari tanggapan responden untuk semua variabel adalah di atas 3,500. Hasil tersebut berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Febrianta dan Indrawati (2016) yang berjudul, "Pengaruh kualitas layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah Bank BCA di kota Bandung" menunjukkan bahwa kualitas layanan *mobile banking* (dimensi *reliability* dan *responsiveness*) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Selanjutnya dari jurnal penelitian yang dilakukan oleh Nursiana (2015) yang melakukan penelitian tentang pengaruh internet banking, kualitas layanan, reputasi produk, lokasi terhadap loyalitas nasabah dengan intermediasi kepuasan nasabah menyatakan bahwa teknologi keuangan *internet banking* memiliki dampak negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah dan loyalitas pelanggan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Wicaksono dkk (2015) yang melakukan penelitian tentang pengaruh *self-service technology* terhadap kepercayaan, kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah (survei pada nasabah PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk kantor cabang Malang Kawi Kanwil Malang) menyatakan bahwa teknologi keuangan *self-service technology* terdapat pengaruh signifikan terhadap kepercayaan, kepuasan, dan loyalitas nasabah.

### **2.3.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Tombokan dkk (2015), yang berjudul “pengaruh kualitas pelayanan, citra merek terhadap kepuasan konsumen pengguna taplus BNI kantor cabang utama Manado” menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hasil tersebut berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Wardhana dkk (2015) yang berjudul “Pengaruh mutu pelayanan terhadap tingkat kepuasan nasabah pada bagian *customer service* PT Bank Pembangunan daerah Jawa Barat dan Banten tbk cabang Banjar Masin” menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dilihat dari dimensi *tangible* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Maisur dkk (2013) yang melakukan penelitian tentang “pengaruh prinsip bagi hasil, tingkat pendapatan, religiusitas dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menabung nasabah pada bank syariah di Banda Aceh” menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan menabung nasabah pada bank syariah di Banda Aceh yang berarti kualitas pelayanan tidak mempengaruhi kepuasan nasabah. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Saputra (2013) yang melakukan penelitian tentang “kualitas layanan, citra dan pengaruhnya terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan (studi pada PT Bank BNI 46 sentra kredit kecil Surabaya) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah.

### **2.3.3 Pengaruh Tingkat Suku Bunga Terhadap Kepuasan Nasabah.**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Tumangkeng (2013) hasil penelitian menunjukkan bahwa suku bunga memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Pada penelitian yang berjudul “kualitas produk, suku bunga dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan KPR Bank BTN Cabang Manado” menjelaskan bahwa perubahan suku bunga adalah perubahan dalam permintaan uang (kredit). Kenaikan tingkat suku bunga terutama tingkat suku bunga pinjaman akan menurunkan minat dan kepuasan konsumen, begitu juga sebaliknya penurunan tingkat suku bunga pinjaman akan menaikkan minat

dan kepuasan konsumen. Kepuasan pelanggan dapat diciptakan dengan memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggannya.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Wulan (2016), yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi dan Suku Bunga Kredit Terhadap Kepuasan Nasabah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk unit Tingkir Salatiga. Hasil penelitian menunjukkan bahwa suku bunga memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah.

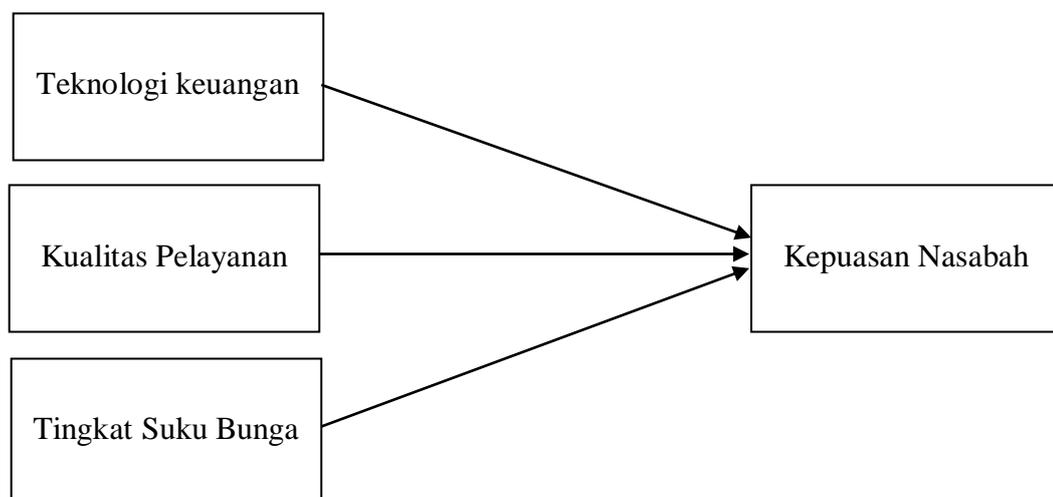
#### 2.4 Pengembangan Hipotesis

Hipotesis adalah suatu pernyataan sementara atau dugaan yang paling memungkinkan yang masih harus dicari kebenarannya. Hubungan antar variabel dalam penelitian ini memiliki hipotesis sebagai berikut:

1. Diduga terdapat pengaruh teknologi keuangan terhadap kepuasan nasabah
2. Diduga terdapat pengaruh kualitas pelayanan dicabang terhadap kepuasan nasabah.
3. Diduga terdapat pengaruh tingkat suku bunga terhadap kepuasan nasabah.

#### 2.5 Kerangka Konseptual Penelitian

**Gambar 2.1.** Kerangka Konseptual Penelitian



Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan teknologi keuangan yaitu gabungan antara teknologi dengan jasa keuangan seperti *internet banking*, *mobile banking*, *automatic teller mechine*, *customer service digital* dll berdasarkan persepsi responden terhadap kepuasan nasabah, kualitas pelayanan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan *frontliner* berdasarkan persepsi responden terhadap variabel kepuasan nasabah, tingkat suku bunga yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu tingkat suku bunga, baik suku bunga simpanan ataupun pinjaman berdasarkan persepsi responden terhadap kepuasan nsabah.