

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Bank

2.1.1.1 Pengertian Bank

Dalam bahasa sehari-hari, bank didefinisikan sebagai lembaga keuangan yang utamanya menerima simpanan giro, tabungan, dan deposito. Selanjutnya, bank juga disebut sebagai tempat untuk meminjam uang (kredit) kepada orang yang membutuhkannya. Selain itu, bank juga dikenal sebagai tempat untuk menukar uang, memindahkan uang, atau menerima berbagai macam pembayaran dan setoran, termasuk, tetapi tidak terbatas pada, pajak, uang sekolah, air, dan pembayaran lainnya.

Menurut Undang-Undang RI Nomor 10 Tahun 1998 tanggal 10 November 1998 tentang Perbankan, yang dimaksud dengan bank adalah:

“Badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak”.

Menurut Andrianto (2019:2) menyatakan, “Bank adalah lembaga keuangan yang kegiatan utamanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberikan jasa bank lainnya”.

Menurut Standar Akuntansi Keuangan (2014:6) menyatakan:

“Bank adalah lembaga yang berperan sebagai perantara keuangan antara pihak-pihak yang memiliki kelebihan dana dengan pihak-pihak yang memerlukan dana, serta sebagai lembaga yang berfungsi memperlancar lalu lintas pembayaran”.

Menurut Sumartik dan Hariasih (2018: 10) memberikan penjelasan tentang

bank, yaitu:

“Bank merupakan lembaga keuangan yang mengumpulkan dana masyarakat atau menerima simpanan uang dari masyarakat yang kemudian akan disalurkan kepada masyarakat yang membutuhkan dana dalam bentuk kredit atau peminjaman uang, dan juga menerbitkan promes (*banknote*) demi meningkatkan taraf hidup masyarakat luas”.

Berdasarkan uraian di atas bisa disimpulkan bahwa bank adalah perusahaan yang mengumpulkan uang dari masyarakat sebagai simpanan dan memberikan uang itu kepada masyarakat sebagai kredit untuk membantu meningkatkan kualitas hidup masyarakat.

2.1.1.2 Fungsi Bank

Perbankan Indonesia menerapkan prinsip kehati-hatian dalam upayanya untuk mendukung Demokrasi Ekonomi. Salah satu tugas utamanya adalah mengumpulkan dan mengawasi dana dari masyarakat. Tujuannya adalah untuk mendukung pembangunan nasional dengan tujuan meningkatkan pemerataan, pertumbuhan ekonomi, dan stabilitas nasional untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Pasal 2,3 dan 4 UU Perbankan No.10 Tahun 1998).

Menurut I Gusti, dkk dalam Baihaqqy (2021: 183) secara umum fungsi utama bank adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali

kepada masyarakat untuk bertujuan atau sebagai *financial intermediary*. Secara lebih spesifik bank berfungsi sebagai:

1) *Agent of trust*

Dasar utama kegiatan perbankan adalah kepercayaan (*trust*), baik dalam hal penghimpunan dana maupun penyaluran dana. Masyarakat percaya bahwa uangnya tidak akan di salah gunakan oleh bank, uangnya akan dikelola dengan baik, bank tidak akan bangkrut, dan pada saat yang telah dijanjikan simpanan tersebut dapat ditarik kembali dari bank.

2) *Agent of development*

Kegiatan perekonomian masyarakat di sektor moneter dan sektor riil tidak dapat dipisahkan. Kegiatan bank berupa penghimpunan dan penyaluran dana sangat diperlukan bagi lancarnya kegiatan perekonomian di sector riil. Kelancaran kegiatan bank yang memungkinkan masyarakat melakukan investasi distribusi-konsumsi ini tidak lain adalah kegiatan pembangunan perekonomian suatu masyarakat.

3) *Agent of services*

Bank tidak hanya menyediakan dana, tetapi juga menyediakan layanan perbankan lainnya kepada masyarakat. Kegiatan ekonomi masyarakat secara keseluruhan sangat berkaitan dengan jasa yang ditawarkan bank ini. Pengiriman uang, penitipan barang berharga, jaminan bank, dan penyelesaian tagihan adalah beberapa contoh dari layanan ini. Berdasarkan tujuan khusus mereka, bank memiliki beberapa fungsi utama, yaitu:

a) Menghimpun Dana dari Masyarakat

Bank mengumpulkan dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan, sehingga masyarakat mempercayakan dananya untuk disimpan di sana dengan jaminan keamanan yang diberikan oleh bank. Selain itu, bank memberikan keuntungan berupa tingkat pengembalian atau return yang diberikan kepada nasabah sesuai dengan kebijakan bank. Dengan demikian, masyarakat menyimpan dananya di bank untuk berinvestasi.

b) Menyalurkan Dana kepada Masyarakat

Bank akan memberikan dananya kepada orang-orang yang kurang beruntung melalui pinjaman. Untuk mendapatkan pinjaman dana (kredit), nasabah harus memenuhi persyaratan tertentu yang ditetapkan oleh bank. Bank akan memperoleh pendapatan dari penyaluran dana tersebut, yang berupa pendapatan bunga.

c) Pelayanan dan Jasa Perbankan

Bank tidak hanya menyimpan simpanan, tetapi juga menawarkan banyak layanan perbankan lainnya kepada pelanggan mereka. Pelayanan perbankan termasuk transfer uang, pemindah bukuan, penagihan surat-surat berharga, kliring, surat kredit, inkaso, garansi bank, dan layanan lainnya. sesuai dengan tren globalisasi modern. Sangat penting bagi mereka yang bekerja dalam bidang bisnis dan sangat sibuk. Saat ini, banyak sektor perbankan berlomba-lomba untuk melakukan inovasi produk dan meningkatkan teknologi dan sistem informasi untuk memenuhi kebutuhan nasabah.

Menurut Sumartik dan Hariasih (2018: 14) menyatakan, sebagai lembaga intermediasi keuangan, bank memiliki fungsi utama sesuai dengan tugasnya, fungsi utama bank dapat dikategorikan menjadi :

1) Menghimpun Dana dari Masyarakat

Bank mengumpulkan uang dari orang-orang melalui tabungan, deposito berjangka, giro, dan bentuk simpanan lainnya. Dengan melakukan ini, mereka melindungi uang orang-orang sekaligus memberikan bunga untuk dana tersebut.

2) Menyalurkan Dana kepada Masyarakat

Bank, setelah mengumpulkan dana dari masyarakat, akan memberikan dana kepada orang-orang yang membutuhkannya melalui sistem kredit atau pinjaman. Dengan cara ini, tujuan mereka dalam melaksanakan pembangunan nasional dapat terpenuhi. Masyarakat yang membutuhkan dana memiliki kemampuan untuk meningkatkan kualitas hidup mereka dan menghasilkan usaha yang mendukung kemajuan nasional.

Sedangkan fungsi sampingan dari bank termasuk layanan-layanan jasa bank lainnya menurut Sumartik dan Hariasih (2018: 15) adalah sebagai berikut:

1) Mendukung kelancaran mekanisme pembayaran

Bank tidak hanya menyalurkan dana, tetapi juga membantu masyarakat bertransaksi dengan lebih mudah. Transfer dana antar rekening dalam negeri, layanan pembayaran secara kredit seperti kartu kredit, layanan pembayaran tagihan, sistem pembayaran elektronik, metode untuk membayar karyawan, dan layanan lainnya untuk mendukung fungsi ini.

2) Mendukung kelancaran transaksi internasional

Selain itu, bank diperlukan untuk mempercepat transaksi internasional. Bertransaksi akan selalu sulit karena perbedaan sistem moneter, budaya, geografis, dan jarak antara dua negara. Penyelesaian transaksi ini akan lebih mudah, cepat, dan murah jika bank hadir. Untuk transaksi internasional, bank menjaga kelancaran melalui jasa penukaran mata uang asing dan transfer dana internasional.

3) Penciptaan uang

Bank ini menghasilkan uang giral, yang merupakan alat pembayaran melalui kliring. Bank sentral mengawasi proses ini untuk mengontrol jumlah uang yang beredar karena dapat berdampak pada ekonomi.

4) Sarana investasi

Bank sekarang juga dapat berinvestasi dengan menawarkan reksa dana atau produk investasi mereka sendiri, seperti *derivatif*, emas, saham, dan mata uang asing.

5) Penyimpanan barang berharga

Bank selalu dapat menyimpan barang berharga. Bank juga dapat menyewakan *safe deposit box* kepada pelanggan untuk menyimpan barang berharga mereka, seperti emas, perhiasan, surat-surat berharga, dan lainnya.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tugas bank adalah mengumpulkan dana dari orang-orang dalam bentuk simpanan, memberikan dana kepada orang-orang yang membutuhkan pinjaman, dan menyediakan berbagai

jenis layanan perbankan untuk membantu orang-orang yang mengalami masalah ekonomi.

2.1.1.3 Tujuan Bank

Menurut Undang - Undang Nomor 10 Tahun 1998 Pasal 1 Tujuan Bank adalah: “Perbankan Indonesia bertujuan untuk menunjang pelaksanaan pembangunan dalam meningkatkan pemerataan, pertumbuhan ekonomi dan stabilitas nasional kearah peningkatan kesejahteraan rakyat banyak”. Maka dari tujuan bank yang ada dalam undang-undang tersebut dapat diartikan bahwa tujuan bank adalah membantu pemerintah Indonesia untuk menjalankan tugasnya dalam meningkatkan kesejahteraan rakyat dengan meningkatkan ekonomi yang ada di Indonesia.

2.1.2 Kualitas Layanan *Mobile banking*

2.1.2.1 Teori Kualitas Pelayanan

Sudah menjadi keharusan perusahaan melakukan kualitas pelayanan yang terbaik supaya mampu bertahan dan tetap menjadi kepercayaan pelanggan pelayanan yang berkualitas adalah pelayanan yang responsif, ramah, efisien, dan membeikan solusi yang memuaskan kepada pelanggannya. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan manfaat diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis, pelanggan akan melakukan pembelian ulang hingga terciptanya loyalitas pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan Perusahaan.

Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan. Kualitas Pelayanan berlaku untuk semua jenis layanan yang disediakan oleh perusahaan saat klien berada di perusahaan. (Andrianto 2019: 83)

Menurut Kotler dan Keller dalam Intan et al., (2016: 143) menyatakan, “kualitas adalah kelengkapan fitur suatu produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memberikan kepuasan terhadap suatu kebutuhan”.

Menurut Kasmir, (2017: 47) menyatakan, “Kualitas Pelayanan di definisikan sebagai tindakan atau perbuatan seorang atau organisasi bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan ataupun karyawan”.

Sedangkan menurut Aria & Atik dalam Akob & Sukarno (2022: 16) menyatakan,

“Kualitas Pelayanan merupakan komponen penting yang harus diperhatikan dalam memberikan kualitas pelayanan prima. Kualitas pelayanan merupakan titik sentral bagi perusahaan karena mempengaruhi kepuasan konsumen dan kepuasan konsumen akan muncul apabila kualitas pelayanan yang diberikan dengan baik”.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan adalah pengalaman keseluruhan yang hanya dapat dinilai oleh pelanggan, dan bagaimana tanggapan pelanggan terhadap jasa yang mereka gunakan atau rasakan.

2.1.2.1.1 Dimensi Kualitas Layanan

Kualitas layanan (*service quality*) sangat bergantung pada tiga hal yaitu: sistem, teknologi dan manusia. Faktor manusia memegang kontribusi terbesar sehingga kualitas layanan lebih sulit ditiru dibandingkan dengan kualitas produk dan harga.

Terdapat lima dimensi kualitas pelayanan menurut Parasuraman dalam (Fitria, dkk (2021: 81-82) yaitu:

- 1) *Tangible*, atau bukti fisik, yaitu kemampuan organisasi untuk memberi tahu orang lain bahwa ia ada. yang berarti penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik organisasi.
- 2) *Reliability*, atau kehandalan, yaitu kemampuan perusahaan untuk menyediakan layanan dengan cara yang akurat dan terpercaya sesuai dengan yang dijanjikan.
- 3) *Responsiveness*, atau respons, yaitu keinginan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat dengan informasi yang jelas kepada pelanggan
- 4) *Assurance*, atau jaminan dan kepastian, yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan pegawai perusahaan untuk menumbuhkan kepercayaan pelanggan kepada perusahaan. Komunikasi, kredibilitas, kompetensi, dan sopan santun adalah beberapa darinya.
- 5) *Empaty*, Dengan kata lain, memberikan perhatian yang tulus, individual, dan pribadi kepada pelanggan dengan memperhatikan keinginan pelanggan. Sebagai contoh perusahaan harus mengetahui keinginan pelanggan secara spesifik dari bentuk fisik produk atau jasa sampai pendistribusian yang tepat.

2.1.2.2 Mobile Banking

Mobile banking merupakan salah satu layanan jasa bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi

dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet, dan bukan merupakan bank saja yang hanya menyelenggarakan layanan perbankan melalui internet. *Mobile banking* membuka paradigma baru, struktur baru dan strategi yang baru bagi retail bank, dimana bank menghadapi kesempatan dan tantangan yang baru (Tarigan, 2022: 205)

Mobile banking merupakan fasilitas transaksi perbankan dengan kemudahan akses maupun kecepatan memperoleh informasi terkini dan transaksi secara *real time*. *Mobile banking* dapat diakses melalui telepon seluler (ponsel) nasabah yang memiliki teknologi *general packet radio service* (GPRS). Layanan *mobile banking* adalah salah satu saluran distribusi bank untuk mengakses rekening yang dimiliki nasabah melalui sarana ponsel atau *smartphone*. *Mobile banking* memberikan manfaat keamanan dana kenyamanan bertransaksi kapan pun dan dimana pun, memberikan kemudahan bertransaksi layaknya seperti menggunakan anjungan tunai mandiri (ATM) serta dapat diaplikasikan pada semua jenis *subscriber identity module* (SIM) card maupun ponsel yang berbasis teknologi GPRS dan dilengkapi dengan fitur fitur *special*. Rinaldy et.al dalam Arianty (2020: 520).

Dapat disimpulkan bahwa *mobile banking* adalah layanan perbankan yang memungkinkan pelanggan melakukan berbagai transaksi perbankan menggunakan perangkat *mobile* yang terhubung ke internet, seperti *smartphone* atau *tablet*. Mereka dapat melakukan berbagai transaksi seperti transfer dana, pembayaran, tagihan, cek saldo, membeli produk keuangan, dan lain sebagainya melalui aplikasi perbankan *mobile* atau *browser web*.

2.1.2.2.1 Fitur *Mobile Banking*

Layanan *mobile banking* memiliki banyak fitur, termasuk informasi seperti saldo, mutasi rekening, tagihan kartu kredit, dan informasi tentang cabang dan ATM terdekat; dan layanan transaksi seperti transfer; pembayaran tagihan (listrik, air, pajak, asuransi, internet), pembelian (pulsa, tiket), dan berbagai fitur lainnya. (Otoritas Jasa Keuangan, 2015)

2.1.2.2.3 Faktor yang mempengaruhi sikap terhadap *Mobile Banking*

Menurut (Fadlan, 2018: 30) menyatakan, faktor yang mempengaruhi sikap nasabah pengguna *mobile banking*, antara lain sebagai berikut:

1. Keamanan sistem *mobile banking*

Kemanan dalam sistem transaksi keuangan melalui sistem *online* merupakan faktor utama yang menjadi prioritas bagi nasabah untuk menggunakan jasa layanan *mobile banking*, nasabah menuntut kepada pihak penyedia jasa layanan *mobile banking* untuk dapat memberikan atau menjamin keamanan transaksi keuangan melalui media *mobile banking*.

2. Kemudahan website untuk diakses

Kemudahan untuk mengakses sistem layanan secara online melalui media *mobile banking* merupakan salah satu faktor yang menentukan kesediaan nasabah untuk menggunakan jasa layanan *mobile banking*. Semakin mudah nasabah dalam mengakses situs atau website perusahaan jasa layanan perbankan secara *mobile* akan meningkatkan.

3. Privasi pengguna

Dalam sistem layanan perbankan transaksi keuangan secara *mobile*, nasabah menginginkan privasi yang tinggi. Nasabah tidak mau data dirinya diketahui atau disebarluaskan dengan sengaja oleh perusahaan.

4. Keandalan layanan (layanan 24 jam)

Transaksi keuangan secara *mobile* memiliki keunggulan tanpa batas waktu. Perusahaan yang mampu memberikan layanan tanpa batas waktu (24 jam sehari) akan lebih diminati nasabah.

5. Kredibilitas perusahaan jasa layanan perbankan

Perusahaan dengan tingkat kredibilitas yang tinggi lebih diminati nasabah untuk digunakan jasa layanan *mobile banking*.

6. Kecepatan koneksi jaringan

Nasabah memiliki kebutuhan yang lebih kompleks pada penyedia jasa layanan perbankan secara *mobile*. Salah satu aspek yang harus dipenuhi adalah kecepatan koneksi dalam sistem perbankan secara *mobile*. Meskipun kesalahan ini tidak terdapat pada sistem perbankannya melainkan pada *provider* yang dipakai oleh nasabah tersebut.

2.1.2.3 Teori Kualitas Layanan *Mobile Banking*

2.1.2.3.1 Kualitas Layanan Online

Menurut Tjiptonono dalam Kurniawan, (2018: 75) menyatakan, diantara banyak model kualitas layanan online yang telah dikembangkan belakangan ini, *E-S-QUAL*, yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Malhotra,

tampaknya merupakan yang paling komprehensif dan dapat diintegrasikan. Model ini menyempurnakan *Eservqual* dan berfokus pada dua elemen: "layanan perawatan *online*" dan "layanan pemulihan online. Setiap dimensi dibagi lagi menjadi beberapa dimensi. *E-S-QUAL* adalah standar kualitas layanan online yang terdiri dari empat dimensi yaitu:

- 1) Efisiensi (kemudahan dalam mengakses dan menggunakan situs. Pelanggan memiliki kemampuan untuk melakukan hal seperti adanya mengunjungi suatu website)
- 2) Reliabilitas (fungsi koreksi teknis dari suatu situs. Hal ini terkait dengan fungsi teknis situs terkait, terutama ketersediaan dan fungsi situs)
- 3) Fulfillment, yaitu tingkat komitmen situs web, seperti pengiriman pesanan dan ketersediaan item yang dapat dipenuhi. Termasuk komitmen pelayanan, ketersediaan persediaan produk dan ketepatan pengiriman sesuai waktu yang dijanjikan.
- 4) Privasi, merupakan tingkat keamanan situs web dan perlindungan informasi pelanggan.

e-recoveryservice quality terdiri atas:

- 1) *responsivitas* (penanganan masalah dan pengembalian produk secara efektif melalui mekanisme di situs bersangkutan)
- 2) *kompensasi* (sejauh mana situs bersangkutan mengkompensasi pelanggan atas masalah yang terjadi)
- 3) kontak (ketersediaan bantuan via telepon atau staf *online*)

2.1.2.3.2. Layanan Mobile Banking

Layanan *Mobile Banking* merupakan layanan online untuk nasabah yang terbiasa menggunakan *smartphone* untuk berkomunikasi. Menurut Mustari, (2021: 11) menyatakan, macam-macam layanan pada aplikasi *mobile banking* yaitu, sebagai berikut:

- a) Memindahkan *asset* antar rekening atau ke bank yang berbeda.
- b) Data penyesuaian dan perubahan akun.
- c) Angsuran tagihan rutin dan cicilan belanja internet.
- d) Akuisisi tiket transportasi, token listrik, pulsa.
- e) *Top up e-wallet*

2.1.3 Loyalitas Nasabah

2.1.3.1 Pengertian Loyalitas Nasabah

Menurut Kusniati & Saputra, (2020: 95) menyatakan bahwa :

”Loyalitas adalah kesetiaan nasabah terhadap bank karena bank sukses memehuni harapan nasabah, baik dari segi pelayanan maupun yang lainnya. Loyalitas nasabah dapat dibangun dengan rasa kepercayaan yang telah dibentuk sebelumnya oleh nasabah apabila nasabah loyal terhadap bank, maka nasabah pun tidak akan pindah kepada bank lain guna menginvestasikan dananya, sehingga menguntungkan kedua belah pihak”

Loyalitas nasabah merupakan suatu cara dibentuknya perilaku nasabah yang kemudian mengalami pelayanan serta mengetahui program apa saja yang ditawarkan yang menggambarkan adanya ikatan jangka panjang yang terikat antara bank dengan nasabah Menurut Budiarti dalam Kusniati (2020 : 95)

Adapun dimensi loyalitas nasabah menurut Griffin 2010 adalah sebagai berikut:

1. Penggunaan berulang
2. Penggunaan Produk Lain
3. Rekomendasi
4. Kesetiaan.

Sedangkan menurut Kasmir (2013: 312) menyatakan bahwa:

“Loyalitas adalah tentang presentasi dari orang yang pernah membeli dalam kerangka waktu tertentu dan melakukan pembelian ulang sejak pembelian yang pertama. Loyalitas terbentuk karena keinginan pelanggan tersebut untuk menjaga hubungan kerja sama dengan cara menggunakan jasa perusahaan secara berulang-ulang”.

Menurut Adam dalam Choirun, (2021: 12) menyatakan bahwa:

“Loyalitas sebagai komitmen yang kuat untuk membeli kembali atau mempolakan ulang secara konsisten produk atau jasa yang digunakan di waktu yang akan datang, yang menyebabkan pembelian merek yang berulang walaupun ada pengaruh situasional dan stimulus pemasaran yang berpotensi menyebabkan perubahan perilaku”.

Berdasarkan uraian di atas, dapat dijelaskan bahwa loyalitas lebih mengacu pada perilaku unit pengambilan keputusan untuk membeli barang dan jasa suatu perusahaan yang dipilih secara teratur.

2.1.3.2 Karakteristik Loyalitas

Menurut Adam dalam Situmang (2020: 843) menyatakan, pelanggan setia memiliki ciri-ciri berikut:

- 1) Melakukan pembelian yang berulang-ulang.
- 2) Hanya membeli produk dari perusahaan tersebut.
- 3) Menolak produk lain.

- 4) Menunjukkan kekebalan (tidak terpengaruh) oleh daya tarik produk sejenis dari perusahaan pesaing.
- 5) Melakukan penciptaan prospek.

Dalam meningkatkan *profitabilitas* perusahaan, konsumen yang setia adalah *asset* yang paling berharga bagi perusahaan. Dapat disimpulkan bahwa loyalitas konsumen mengarah pada peningkatan.

2.1.3.3 Strategi Membangun Loyalitas

Membangun loyalitas pelanggan merupakan hal yang sulit. Meskipun perusahaan telah mengeluarkan banyak biaya untuk membangun hubungan dengan pelanggan, mereka sering gagal mencapai tujuan tersebut. membangun hubungan dengan klien nyata.

Menurut Adam dalam Chairun (2021: 20) menyatakan, bahwa ada strategi yang dapat digunakan untuk membangun loyalitas yang disebut dengan roda loyalitas, yang terdiri dari tiga langkah yaitu:

- 1) *Build a foundation for loyalty*. Perusahaan perlu membangun fondasi yang solid untuk menciptakan loyalitas pelanggan yang memasukkan portofolio yang benar dalam mengidentifikasi segmen pelanggan, menarik pelanggan yang benar, meningkatkan pelayanan dan mengantarkan nilai kepuasan yang tinggi.
- 2) *Create loyalty bonds*. Untuk membangun loyalitas yang sesungguhnya, suatu perusahaan perlu mengembangkan ikatan yang erat dengan pelanggannya.

- 3) *Reduce churn drivers*. Perusahaan perlu mengidentifikasi dan mengeliminasi factor-faktor yang dihasilkan dari churn yang membuat kehilangan pelanggan dan menggantikannya dengan pelanggan baru.

Dengan mempertimbangkan strategi di atas, dapat disimpulkan bahwa membangun strategi untuk membuat nasabah setia sangat penting karena jika strategi tersebut berhasil, nasabah akan membuat hubungan bisnis yang lama dan kuat dengan bank.

2.1.4 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Peneliti Tinjauan Terdahulu

No	Peneliti, Tahun, tempat penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian	Sumber Referensi
1	(Mustari, 2021) PT.BNI Kantor Cabang Pembantu Sinjai	Penelitian ini mempunyai persamaan sama sama memaparkan pengaruh layanan <i>mobile banking</i> terhadap loyalitas nasabah.dan sama sama mnggunakan teknik analisis data yang sama	Perbedaan dalam penelitian ini yaitu tempat penelitian, penggunaan beberapa indikator teori	Berdasarkan hasil penelitian ini menyatakan bahwa layanan <i>mobile banking</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah Di BNI Kantor Cabang Pembantu Sinjai.	Pengaruh layanan <i>mobile banking</i> terhadap loyalitas nasabah di BNI Kantor Cabang Pembantu sinjai kabupaten sinjai Repository IAI muhammadiyah sinjai 2021 http://repository.iainsinjai.ac.id/id/eprint/734

2	(Eka Juliana et al., n.d.) PT Bank BNI Kantor kas Baureno	Penelitian ini mempunyai persamaan sama-sama memaparkan Fasilitas <i>mobile banking</i>	Perbedaan dalam penelitian ini yaitu tempat penelitian dan juga beberapa indikator teori	peneliti dapat memberikan kesimpulan bahwa kualitas layanan <i>mobile banking</i> berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank BNI Kantor Kas Baureno Kabupaten Bojonegoro.	Pengaruh kualitas layanan <i>mobile banking</i> terhadap loyalitas nasabah Bank BNI. Jurnal ekonomima najemen dan bisnis vol.1 No.2 2022
3	Akob & Sukarno, (2022)	Penelitian ini mempunyai persamaan sama sama memaparkan loyalitas nasabah dan teknik analisis datanya pun sama.	Perbedaan dalam penelitian ini yaitu tempat penelitian dan beberapa indikator teori	Berdasarkan hasil penelitian terhadap nasabah bank BUMN di Makassar, yang terdiri atas Bank Mandiri, Bank BNI, Bank BTN, dan Bank BRI membuktikan bahwa kualitas layanan mobile banking berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan	Pengaruh kualitas layanan <i>mobile banking</i> terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah bank bum di makassar. Jurnal Maksipreneur: Manajemen, koperasi, dan entrepreneurship. Vol. 11 no 2 juni 2022 hal. 289-283

				nasabah. Kualitas layanan <i>mobile banking</i> juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Selanjutnya, kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.	
4	Reny Fitriani Kaban & Muhamad Iqbal, (2021)	Penelitian ini sama sama memaparkan peran layanan <i>mobile banking</i> dalam meningkatkan loyalitas	Perbedaan dalam penelitian ini yaitu tempat penelitian dan teknik analisisnya pun berbeda dimana uji hipotesisnya menggunakan (uji-t)	Hasil ini mengindikasikan bahwa apapun tahapannya, kualitas layanan <i>mobile banking</i> selalu memberikan dampak terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah bank syariah. Semakin baik kualitas layanan <i>mobile banking</i> akan meningkatkan kepuasan	Pengaruh kualitas layanan <i>mobile banking</i> terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah bank BUMN di makasar. Jurnal muhammadiyah manajemen bisnis. Volume 2 no 1 februari 2020

				yang pada akhirnya akan mendorong nasabah bank syariah untuk tetap loyal. Begitu pula sebaliknya, apabila kualitas layanan <i>mobile banking</i> tidak mengalami peningkatan, maka akan mengurangi tingkat kepuasan dan loyalitas nasabah bank syariah.	
5	Kusniati & Asron Saputra, (2020)	Penelitian ini sama sama memaparkan loyalitas nasabah	Perbedaan dalam penelitian ini yaitu pada objek penelitiannya	Hasil pada Pada analisis determinasi variabel kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah memiliki keterkaitan terhadap loyalitas nasabah dengan nilai R Square (R ²) sebesar 0,223 atau 22,3%. Sedangkan	Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah pada BPR adi kota batam. Jurnal EMBA. Vol 8 no 3 2020, hal. 93-102. ISSN 2303-1174

sisanya
sebesar
77,7%
dipengaruhi
oleh variabel
lainnya yang
tidak diteliti
oleh pada
penelitian ini

Sumber: Data diolah oleh penulis, 2024

2.2 Kerangka Pemikiran

Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan (*funding*) dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk pinjaman (*lending*) dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan kesejahteraan rakyat. Aktivitas perbankan yang pertama adalah menghimpun dana dari masyarakat luas sengan dikenal dengan dunia perbankan adalah kegiatan *funding*. Menghimpun dana adalah mengumpulkan atau mencari dana dengan membeli dari masyarakat luas. Pembelian dana dari masyarakat ini dilakukan oleh bank dengan cara memasang berbagai strategi agar masyarakat tertarik menanamkan dananya dalam bentuk simpanan, oleh karena itu sector perbankan saat ini telah menerapkan suatu program digitalisasi perbankan, dimana masyarakat dapat dengan mudah bertransaksi menggunakan *smartphone* dimanapun dengan dukungan jaringan internet.

Dalam konteks ini, variabel X yaitu kualitas layanan *mobile banking* dan varaiabel Y yaitu loyalitas nasabah.

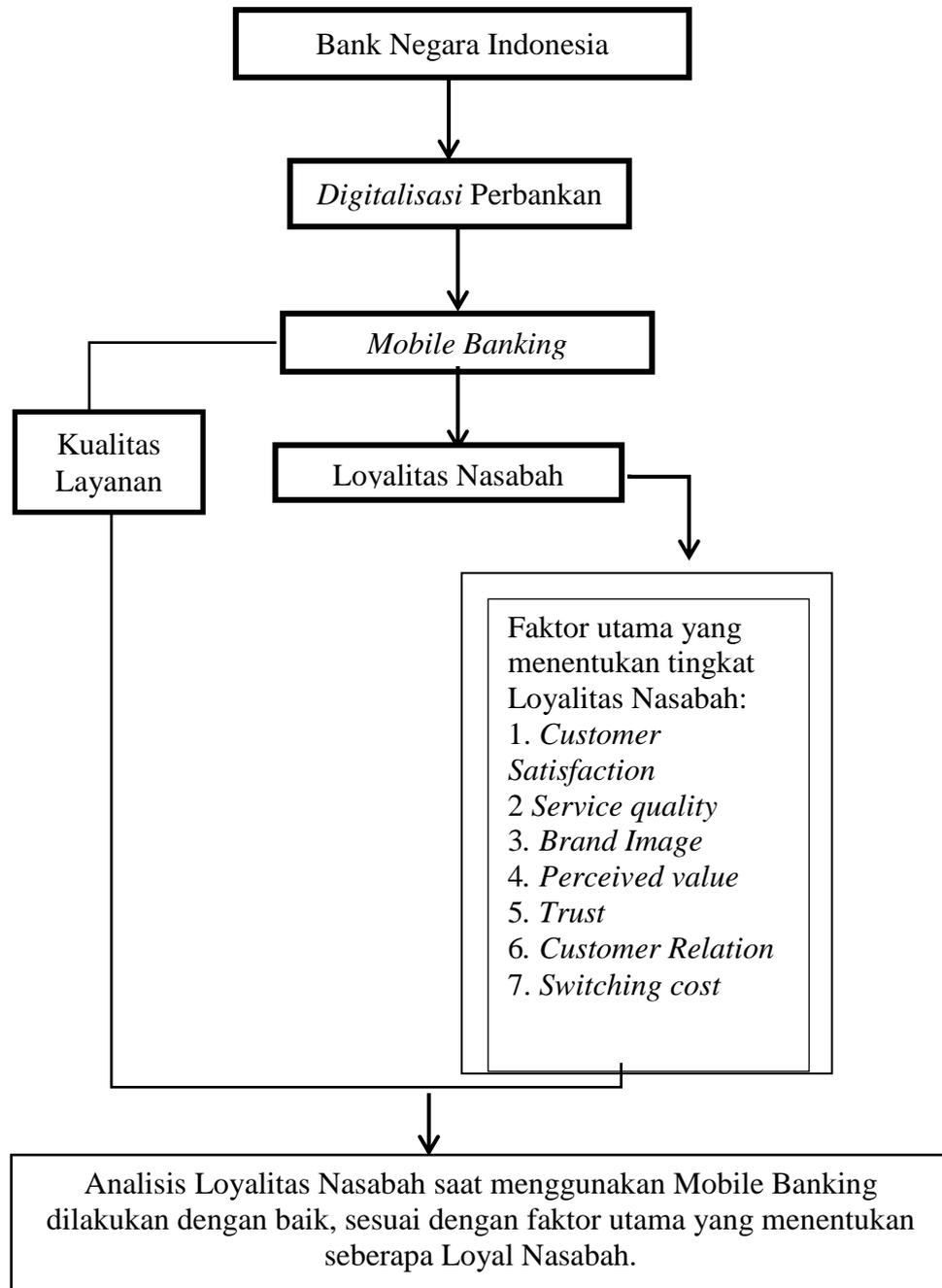
Loyalitas merupakan kondisi psikologis yang berkaitan dengan sikap terhadap produk, konsumen akan membentuk keyakinan, menetapkan suka dan

tidak suka, dan memutuskan apakah mereka ingin membeli produk. Jadi loyalitas konsumen merupakan perilaku yang terkait dengan merek sebuah produk, termasuk kemungkinan memperbaharui kontrak merek di masa yang akan datang, berapa kemungkinan pelanggan mengubah dukungannya terhadap merek, berapa kemungkinan keinginan pelanggan untuk meningkatkan citra positif suatu produk (Hasan, 2013:121). Berapa ilmuwan berpendapat bahwa loyalitas diartikan sebagai komitmen nasabah untuk bertahan melakukan transaksi secara konsisten menggunakan produk tertentu pada masa yang akan datang.

Teori ini menyatakan bahwa kepuasan nasabah yang dipengaruhi oleh kualitas layanan secara positif berkorelasi dengan loyalitas nasabah. Semakin baik kualitas layanan *mobile banking* yang diberikan oleh bank Negara Indonesia kantor cabang pembantu ciawi dalam konteks kualitas layanan *mobile banking*, nasabah memiliki harapan terhadap keandalan, kemudahan penggunaan, *responsivitas*, keamanan dan efisiensi layanan yang nasabah gunakan. Ini akan mengakibatkan semakin puas nasabah kemungkinan besar mereka akan tetap menjadi nasabah setia.

Teori keterikatan (*attachment theory*) teori ini focus pada ikatan emosional antara nasabah dan bank. Kualitas layanan *mobile banking* yang baik dapat menciptakan ikatan emosional yang kuat antara nasabah dan bank yang pada gilirannya dapat meningkatkan loyalitas nasabah

Adapun kerangka pemikiran dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

Sumber: Data Diolah Oleh penulis, 2024

2.3 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Hipotesis dikataka sementara karena jawaban yang diberikan harus didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Maka penulis merumuskan hipotesis sebagai berikut :

Terdapat pengaruh kualitas layanan *Mobile Banking* terhadap loyalitas nasabah pada PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Ciawi.