Pengukuran *E-Service Quality* Aplikasi BSI *Mobile Banking* Dengan Menggunakan Metode IPA Tahun 2022

1st Ana Nabila Putri
D3 ManajemenPemasaran
Universitas Telkom
Bandung, Indonesia
ananabilaputri@student.telkomuniversity.ac.id

2nd Fanni Husnul Hanifa
D3 Manajemen Pemasaran
Universitas Telkom
Bandung, Indonesia
fanni.husnul@tass.telkomuniversity.ac.id

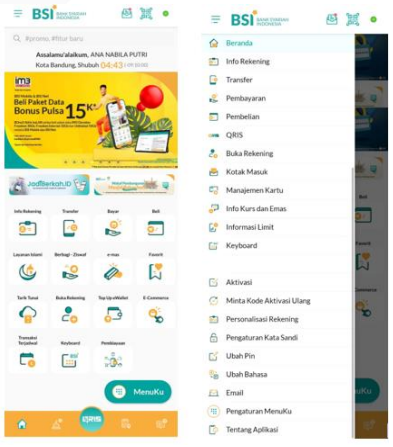
Abstrak*— Pada saat ini kemajuan teknologi di Indonesia semakin berkembang sehingga mempermudah segala aktivitas mulai dari bisnis pembuatan produk, pemasaran, penjualan, sampai dengan transaksinya. Dimanfaatkan langsung oleh industri perbankan termasuk pada Bank Syariah yang dimana memunculkan sebuah produk digital. Salah satu nya pada Bank Syariah Indonesia sebuah inovasi produk yaitu Digital Mobile Banking atau disebut dengan BSI Mobile Banking yang bertujuan untuk mempermudah transaksi bagi nasabah dengan memberikan informasi berupa fitur yang disediakan dalam pengembangan produk digital kualitas layanan menjadi bagian penting bagi nasabah Karena langsung dirasakan oleh nasabah sebagai pengguna dan menjadi sebuah pertimbangan terhadap kepuasan nasabah. Maka dari itu penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar harapan pengguna pada penerapan e-service quality dari aplikasi BSI Mobile Banking, mengetahui kepuasan pengguna dalam menggunakan aplikasi BSI Mobile Banking penerapan e-service quality. Pada penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif kuantitatif dan populasi pengguna aplikasi BSI Mobile Banking dengan sampel sebanyak 100 responden.

Kata kunci*— E-Service Quality, Kepuasan Pelanggan, BSI Mobile Banking, Importance Performance Analysis, Customer Satisfaction Index.

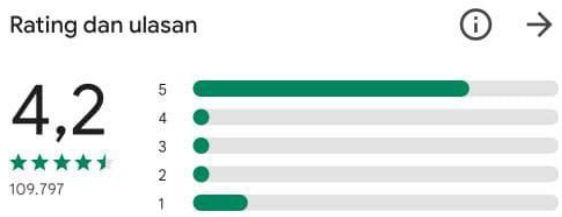
I. PENDAHULUAN

Perkembangan Teknologi *Digital Marketing* saat ini semakin berkembang seiring berjalan nya waktu yang membuat segala sesuatu menajadi lebih mudah karena adanya pengembangan Teknologi *Digital Marketing* yang semakin meningkat. Menurut Hadi Saputra (2020:1) *Digital Marketing* merupakan salah satu media yang saat ini sedang banyak diminati oleh masyarakat serta sebagai pendukung dalam kegiatan sehari-hari. Secara perlahan lahan banyak masyarakat yang mulai meninggalkan *car marketing* yang konvesional dan beralih kepada *Digital Marketing*. *Digital marketing* itu sendiri mempunyai arti memasarkan atau mempromosikan sebuah brand dan produk melalui dunia digital atau internet. Pada tahun 2022 total populasi penduduk berjumlah 277,7 juta sedangkan pada tahun 2021 jumlah penduduk 274,9 juta yang dimana angka kenaikan jumlah penduduk naik 1%. Dengan demikian angka penggunaan perangkat mobile naik hingga 3,6% dan yang terhubung 370,1 juta, tercatat penggunaan internet di Indonesia 204,7 juta pada tahun 2022 jika dibandingkan 2021 202,6 juta yang dimana naik 1%, Dalam periode yang sama penggunaan angka media sosial aktif sekitar 191,4 juta yang dimana kenaikan 12,6% juta dibandingkan pada tahun 2021hanya 170 juta. Terobosan baru yang kini hadir di Indonesia yaitu tren layanan keuangan berbasis digital yaitu e-banking. Menurut peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 12/POJK.03/2018 tentang Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital oleh Bank Umum. Layanan ini bertujuan meningkatkan efisiensi kegiatan operasional dan pelayanan bank kepada nasabah. Maka dari itu bank perlu mengembangkan strategi bisnis yang mengarah pada pelayanan perbankan digital.

GAMBAR 1 merupakan tampilan fitur BSI *Mobile Banking* yang lengkap membuktikan bahwa Bank Syariah Indonesia telah melakukan dan menerapkan kualitas layanan yang dimana mengembangkan pelayanan terhadap nasabah secara elektronik dengan memanfaatkan teknologi yang sedang berkembang.



GAMBAR 1
FITUR PADA *MOBILE BANKING* BANK BSI



GAMBAR 2
ULASAN APLIKASI BSI *MOBILE BANKING* SECARA KESELURUHAN

GAMBAR 2 merupakan keseluruhan pengguna aplikasi BSI *Mobile Banking* mendapatkan rating 4,2 bintang dari 5.0 bintang yang seharusnya didapat pada Appstore yang artinya beberapa pengguna masih belum puas dengan kualitas layanan pada aplikasi BSI *Mobile Banking*. Sebagai upaya yang merupakan strategi bagi aplikasi BSI *Mobile Banking* untuk memperbaiki kembali kualitas layanan agar pengguna merasa puas sehingga munculah loyalitas konsumen yang berkepanjangan tentunya permasalahan diatas menarik untuk diteliti dengan judul Pengaruh *E-Service Quality BSI Mobile Banking* Dengan Menggunakan Metode IPA Pada Tahun 2022.

Rumusahan Masalah:
Rumusan masalah pada penelitin adalah sebagai berikut:

A. Bagaimana harapan pengguna pada penerapan E-service quality dari aplikasi BSI *Mobile Banking*?
B. Bagaimana kepuasan pengguna dalam menggunakan apliaksi BSI *Mobile Banking*?
C. Aspek apa saja yang harus ditingkatkan pada aplikasi BSI *Mobile Banking*?

Tujuan Penelitian:
Berdasarkan identifikasi masalah diatas maka penelitian ini memiliki tujuan:

A. Untuk mengetahui harapan pengguna pada penerapan e-service quality dari aplikasi BSI *Mobile Banking*.
B. Untuk mengetahui kepuasan pengguna dalam menggunakan aplikasi BSI *Mobile Banking*
C. Untuk mengetahui aspek apa saja yang perlu ditingkatkan pada e-service quality dari aplikasi BSI *Mobile Banking*.

II. KAJIAN TEORI

A. Manajemen Pemasaran

Menurut Kotler dan Amstrong dalam Priansa (2017:32) menyatakan bahwa yang dimaksud dengan manajemen pemasaran adalah " *the process by which companies ceate value for custumer and build strong custumer relationships in order to capture value from custumer in return*". Manajemen Pemasaran merupakan proses untuk memberikan nilai kepada konsumen dan membangun hubungan yang erat dengan konsumen dengan cara yang menguntungkan perusahaan.

B. Pemasaran Jasa

Menurut Lovelock dan Wirtz dalam Priansa (2017:67). Menyatakan bahwa Pemasaran Jasa adalah bagian dari sistem jasa keseluruhan yang menunjukan perusahaan tersebut memiliki bentuk kontak dengan konsumennya, mulai pengiklanan hingga penagihan.

C. Kepuasaan Pelanggan

Menurut kotler dan keller dalam Sukmawati (2018) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul dari membandingkan kinerja produk yang dipersepsikan atau hasil terhadap ekspektasi seseorang, jika kinerja berada dibawah harapan, pelanggan tidak puas, jika memenuhi harapan maka pelanggan akan puas, jika melebihi harapan pelanggan sangat puas atau senang.

D. E-Serice Quality

Menurut Parasuraman dan Malhotra dalam Fahrezi (2021). E-service Quality adalah sebuah layanan berbasis elektronik yang bertujuan untuk mengefektifkan dan mengefisienkan kegiatan pembelian, pengunaan, ataupun pengiriman produk jasa dalam bisnis.

Adapun 7 dimensi-dimensi pembentuk E-service quality adalah sebagai berikut:

1. Ease of Us

Ease of use didefinisikan seberapa mudah pelanggan dalam menggunakan situs. Situs harus dirancang untuk mempermudah pelanggan dalam pencarian, navigasi dan penggunaan.

2. Web Design

Desain website dapat mempengaruhi persepsi pelanggan terhadap citra perusahaan dan menarik pelanggan untuk melakukan pembelian secara online mudah dengan navigasi yang baik dan informasi yang bergun pada website. Website harus memberikn informs dan fungsi yang dibutuhkan pelanggan.

3. Reliability

Reliability adalah dimensi paling penting dari E-Service Quality dalam lingkungan virtual membuat pelanggan percaya bahwa perusahaan akan melakukan apa yang telah dijanjikan adalah hal yang sangat penting dan juga dapat membuat pelanggan melihat konsistensi kreadibilitas dari perusahaan

4. System Availability

System availability mengacu pada fungsi teknis yang benar dari website. Membuat pelanggan selalu dapat mengakses layanan online yang diberikan perusahaan, yang dapat membuat pelanggan memiliki citra yang baik terhadap perusahaan

5. Privacy

Privacy mengacu pada sejauh mana situs tersebut aman dan informasi pelanggan terlindungi

6. Responsiveness

Responsiveness mengacu pada penangan masalah yang efektif dan mengembalikannya via interner, pelayanan cepat dari perusahaan via internet dapat membuat pelanggan lebih nyaman dalam melakukan pembelian tanpa adanya masalah.

7. Emphaty

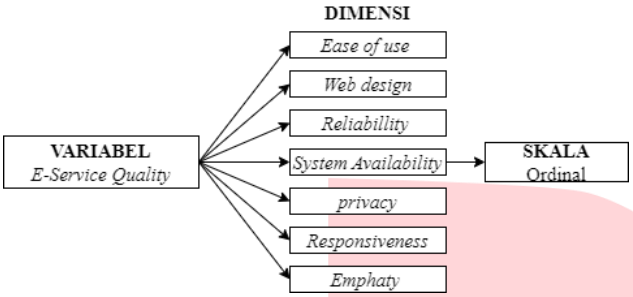
Empahty memberikan perhatian secara individu kepada pelanggan dapat menunjukan empati terhadap pelanggan. Untuk merespon pelanggan harus selalu menyadari kebutuhan pelanggn dan menunjukan pemahaman terhadap apa yang dibutuhkan.

III. METODE

A. Pendekatan Penelitian dan Jenis Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian adalah menggunakan pendekatan kuantitaf. Metode yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah menggunakan metode survey dengan membagikan kuesioner untuk pengumpulan data kepada responden dengan tujuan penelitian deskriptif.

B. Operasional Varibael



GAMBAR 3
VARIABEL OPERASIONAL *E-SERVICE QUALITY*

GAMBAR 3 merupakan operasional variable menggunakan *e-service quality,* trerdapat 7 dimensi dengan menggunakan skala ordinal.

C. Skala Pengukuran

Menggunakan skala likert menurut Sinambela (2020:234) digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan presepsi seseorang atau sekelompok orang tentang suatu gejala atau fenomena sosial. Dalam jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari positif-sangat negative berupa kata-kata seperti tabel berikut ini:

TABEL 1
SKOR INSTRUMEN HARAPAN DAN KENYATAN

NO	Jawaban	Kode	Nilai skor
1	Sangat Penting	SP	4
2	Penting	P	3
3	Tidak Penting	TP	2
4	Sangat Tidak Penting	STP	1

Sumber: Hasil Olah Data Penulis, 2022)

D. Tahapan Penelitian

Berikut adalah tahapan penelitian yang dilakukan oleh penulis:

1) Merumuskan masalah, bertujuan untuk mempertanyakan serta mengetahui pengaruh dari variable tersebut.
2) Pengumpulan landasan teori untuk menjawab setiap rumusan masalah yang telah dirancang.
3) Merumuskan jawaban dari penelitian.
4) Menentukan populasi dan sampel.
5) Pengumpulan data.
6) Analisis data
7) Membuat simpulan dan saran

E. Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2022:130) populasi adalah wilayah generelasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudia ditarik kesimpulannya. Jumlah populasi pada penelitian ini tidak diketahui jelas jumlahnya, maka teknik pengambilan sampel menggunakan rumus Bernoulli, dengan menetapkan 100 responden sebagai berikut (Siregar dalam Sukmawati, 2018):

$$n = \frac{[Z_{a/2}]^2}{e^2} p.q$$

$$n = (1{,}96)\frac{0{,}5\ x\ 0{,}5}{0{,}1^2} = 96{,}04 = 96$$

Keterangan:
a : tingkat ketelitian
Z : nilai distribusi normal
p : probabilitas ditolak
q : probabilitas diterima$(1-p)$
e : Tingkat kesalahan

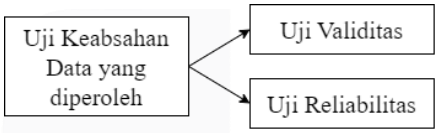
Pada penelitian ini digunakan tingkat ketelitian (a) 5%. Tingkat kepercayaan 95%. Sehingga diperoleh nilai Z= 1,96. Tingkat kesalahan ditentukan sebesar 10% sementara itu, probilitas kuesioner ditolak atau diterima masing masing adalah 0,5 dengan memasukan kedalam persamaan rumus diatas maka diperoleh jumlah sampel minimum:

$$n = \frac{[Z_{a/2}]^2}{e^2} p.q$$

$$n = (1{,}96)\frac{0{,}5\ x\ 0{,}5}{0{,}1^2} = 96{,}04 = 96$$

Dalam penelitian jumlah sampel yang dihasilkan sebesar 96 responden tetapi penulis mengambil kesimpulan untuk menjadikan jumlah sampel menjadi 100 responden pada penelitian ini yang merupakan pengguna BSI *Mobile Banking* pada Tahun 2022.

F. Uji Keabsahan Data yang diperoleh



GAMBAR 4
UJI KEABSAHAN DATA YANG DIPEROLEH

GAMBAR 4 menurut Sugiyono (2020:175), uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner dengan ketentuan jika nilai r tabel lebih kecil (<) dari nilai r hitung maka item kuesioner dinyatakan valid dan dapat digunakan dan jika nilai r tabel lebih besar (>) dari nilai r hitung maka item kuesioner dinyatakan tidak valid dan tidak dapat digunakan. uji reliabilitas akan diuji dengan menggunakan *Cronbach's Alpha* dengan ketentuan apabila nilai *Cronbach"s Alpha* lebih besar dar 0,60 maka pernyataan dapat dinyatakan reliable dan apabila *nilai Cronbach"s Alpha* lebih kecil dari 0,60 maka pernyataan dapat dinyatakan tidak reliable.

G. Teknik Analisis

Teknik analisis yang digunakan analisis deskriptif dan *Customer Satisfaction Index*, Menurut Sugiyono (2022:279) " analisis deskriptif adalah metode yang digunakan untuk mengambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas". Menurut Pohandry, Sidarto dkk dalam Sukmawati (2018), *Customer Satisfaction Index* merupakan analisis kuantitatif berupa persentase pelanggan yang senang dalam suatu survey kepuasan pelanggan.

H. Metode *Importance Performance Analysis*

Menurut Yola dan Budianto dalam Sukmawati (2018) *Importance Performance Analysis* merupakan alat bantu dalam menganalisis atau yang digunakan untuk

membandingkan sampai sejauh mana kinerja atau pelayanan yang dapat dirasakan oleh pengguna jasa dengan tingkat kepuasan yang diinginkan.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

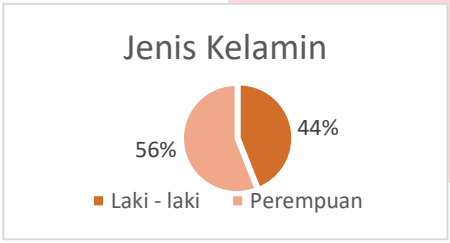
A. Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang telah disebarkan melalui google form kepada 100 responden pengguna aplikasi BSI *Mobile Banking*. Kuesioner akan dianggap sah jika pernyataan pada kuesioner dijawab oleh responden seluruhnya dan pada setiap pernyataan hanya memiliki dua jawaban.

Karakteristik Responden

Terdapat 5 karakterisik responden, berikut penjelasannya:

1. Berdasarkan Jenis Kelamin

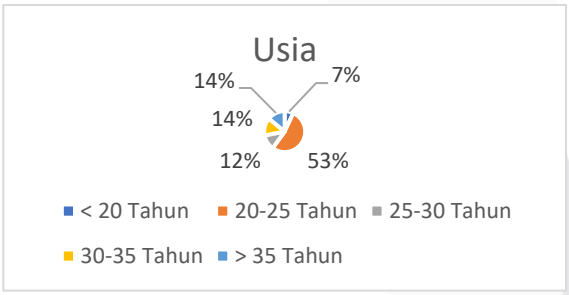


GAMBAR 5
KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN JENIS KELAMIN

Sumber: Hasil Olah Data Penulis, 2022

GAMBAR 5 dari 100 responden sebanyak (56%) atau 56 orang responden berjenis kelamin perempuan dan sisanya adalah (44%) atau 44 orang responden berjenis kelamin laki-laki.

2. Berdasarkan Usia

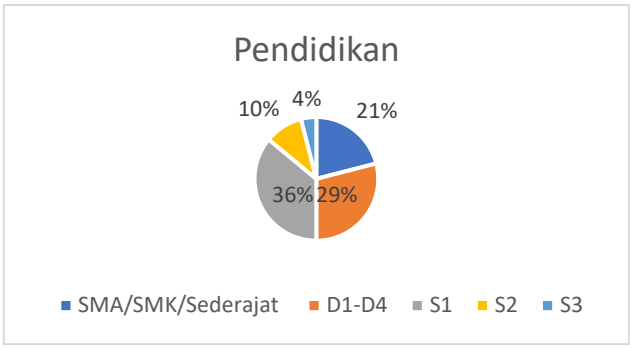


GAMBAR 6
KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN USIA

GAMBAR 6 dapat diketahui dari 100 responden, sebesar (7%) atau 7 orang responden berusia < 20 tahun, usia 20-25 tahun sebesar (55%) atau 55 orang, berusia 25-30 tahun (12%) atau 12 orang, dan berdasarkan responden berusia 30-35 tahun sebesar (14%) atau 14 orang, berusia > 35 tahun sebesar (35%) atau 35 orang dengan rata-rata 20-25 tahun.

3. Berdasarkan Pendidikan

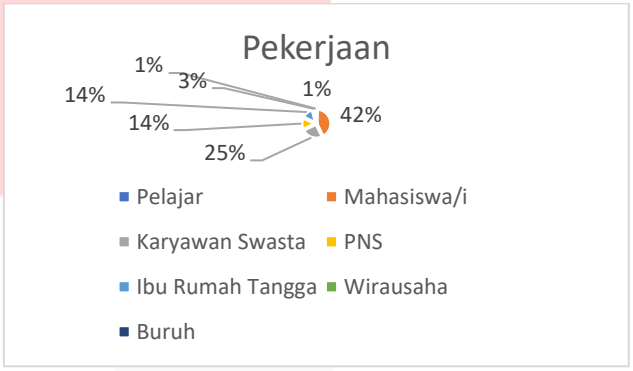
GAMBAR *7* bahwa mayoritas berpendidikan S1 yaitu sebanyak (36%) atau 36 orang, dan kedua adalah jenjang pendidikan D1-D4 yaitu (28%) atau 28 orang, SMA sebanyak (21%) atau 21 orang, S2 sebanyak (10%) atau 10 orang, dan yang paling sedikit yaitu pada jenjang pendidikan S3 sebanyak (4%) atau 4 orang dengan rata-rata pendidikan S1.



GAMBAR 7
KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN PENDIDIKAN

Sumber: Hasil Olah Data Penulis, 2022

4. Berdasarkan Pekerjaan



GAMBAR 8
KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN PEKERJAAN

Sumber: Hasil Olah Data Penulis, 2022

GAMBAR *8* menunjukan bahwa pekerjaan responden yang mengisi Pelajar sebanyak (1%) atau 1 orang, Mahasiswa/i (42%) atau 42 orang, Karyawan Swasta (25%) atau 25 orang, PNS (14%) atau 14 orang, Ibu Rumah Tangga (14%) atau 14 orang, Wirausaha (3%) atau 3 orang, Buruh (1%) atau 1 orang dengan rata-rata bekerja dengan mahasiswa.

5. **Berdasarkan Pendapatan**

GAMBAR 9
KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN PENDAPATAN

Sumber: Hasil Olah Data Penulis, 2022

GAMBAR 9 diatas dapat diketahui bahwa 53 orang (53%) memiliki pendapatan sebesar < Rp. 5.000.000, 30 orang (30%) memiliki pendapatan sebesar Rp. 5.000.000 – Rp. 10.000.000, dan 7 orang (7%) memiliki pendapatan sebesar Rp. 10.000.000 – Rp. 15.000.000, dan yang terakhir terdapat

2 orang (2%) yang memiliki pendapatan > RP. 15.000.000. Hal ini menunjukan bahwa mayoritas responden yang menggunakan aplikasi BSI *Mobile Banking* dan sering melakukan transaksi yaitu memiliki pendapatan sebesar Rp. 5.000.000 – Rp. 10.000.000.

B. Hasil Penelitian Validitas dan Reliabilitas

TABEL 2
VALIDITAS VARIABEL HARAPAN PENERAPAN *E-SERVICE QUALITY* PADA APLIKASI BSI *MOBILE BANKING*

Harapan Penerapan *E-Service Quality*				
Items	**Dimensi**	**R Hitung**	**R Tabel**	**Valid/ Tidak Valid**
P1	*Ease of use*	0,612	0,196	Valid
P2		0,612	0,196	Valid
P3		0,609	0,196	Valid
P4	*Web design*	0,651	0,196	Valid
P5		0,670	0,196	Valid
P6		0,724	0,196	Valid
P7	*Reliability*	0,755	0,196	Valid
P8		0,721	0,196	Valid
P9		0,704	0,196	Valid
P10	*System availability*	0,709	0,196	Valid
P11		0,705	0,196	Valid
P12		0,703	0,196	Valid
P13	*Privacy*	0,710	0,196	Valid
P14		0,749	0,196	Valid
P15		0,725	0,196	Valid
P16	*Responsiveness*	0,753	0,196	Valid
P17		0,727	0,196	Valid
P18	*Emphaty*	0,623	0,196	Valid
P19		0,572	0,196	Valid

Sumber: Hasil Olah Data Penulis, 2022

Hasil Penelitian Validitas dan Reliabilitas

TABEL diatas menunjukan bahwa hasil uji validitas variabel harapan *E-service Quality* pada aplikasi BSI *Mobile Banking* dinyatakan Valid dengan signifikan kurang dari 0,05 dan nilai R Hitung lebih besar dari pada R Tabel yaitu (0,196).

TABEL 3
VALIDITAS VARIABEL KENYATAAN PENERAPAN E-SERVICE QUALITY PADA APLIKASI BSI *MOBILE BANKING*

Kenyataan Penerapan *E-Service Quality*				
Items	**Dimensi**	**R Hitung**	**R Tabel**	**Valid/ Tidak Valid**
P1	*Ease of use*	0,673	0,196	Valid
P2		0,724	0,196	Valid
P3		0,740	0,196	Valid
P4	*Web design*	0,735	0,196	Valid
P5		0,569	0,196	Valid
P6		0,712	0,196	Valid
P7	*Reliability*	0,761	0,196	Valid
P8		0,750	0,196	Valid
P9		0,636	0,196	Valid
P10	*System availability*	0,709	0,196	Valid
P11		0,640	0,196	Valid
P12		0,768	0,196	Valid
P13	*Privacy*	0,714	0,196	Valid
P14		0,689	0,196	Valid
P15		0,497	0,196	Valid
P16	*Responsiveness*	0,654	0,196	Valid
P17		0,559	0,196	Valid
P18	*Emphaty*	0,649	0,196	Valid
P19		0,509	0,196	Valid

Sumber: Hasil Olah Data Penulis, 2022

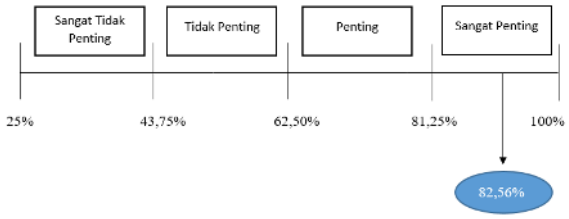
TABEL diatas menunjukan bahwa uji validitas variabel kenyataan E-Service Quality pada aplikassi BSI *Mobile Banking* dinyatakan suudah Valid dengan signifikan kurang dari (0,05) dan nilai R Hitung lebih besar dari R tabel (0,196) maka pernyataan tersebut valid dan penting sehingga ini menunjukan bahwa pernyataan yang ada dalam kuesioner yang telah disebarkan kepada nasabah pengguna BSI *Mobile Banking* mudah dimengerti dan dipahami.

C. Analisis Deskriptif Pada Nilai Harapan dan Nilai Kenyataan

1. Hasil Rata-Rata Pengukuran Harapan (*Importance*)
Berdasarkan hasil data diatas yang telah diolah mengenai Harapan (*Importance*) berdasarkan dimensi E- Service Quality pada Aplikasi BSI *Mobile Banking* didapati hasil perhitungan dengan menggunakan pernyataan yang ada dalam tabel operasional variabel sebeumnya seperti pada tabel berikut ini:

TABEL 4
HASIL RATA-RATA DATA PERHITUNGAN HARAPAN (*IMPORTANCE*)

No	**Dimensi**	**Hasil presentase**	**Hasil kategori penilaian**
1	*Ease of Use*	90%	Sangat Penting
2	*Web Design*	89,1%	Sangat Penting
3	*Reliability*	89,8%	Sangat Penting
4	*System Availibility*	89,1%	Sangat Penting
5	*Privacy*	90%	Sangat Penting
6	*Responsiveness*	88,8%	Sangat Penting
7	*Emphaty*	88,12%	Sangat Penting
Rata-Rata Skor	**82,56%**	**Sangat Penting**	Rata-Rata Skor



GAMBAR 10
GARIS KONTINUM RATA-RATA NILAI HARAPAN
(*IMPORTANCE)*

Sumber: Hasil Olah Data Penulis

GAMBAR 10 dari tujuh dimensi E-Service Quality bahwa rata-rata nilai dari data pengukuran terhadap Harapan (Importance) pada aplikasi BSI *Mobile Banking* sebesar 90% nilai ini menunjukan bahwa berada diposisi garis antara 81.25% - 100% yang artinya sangat penting

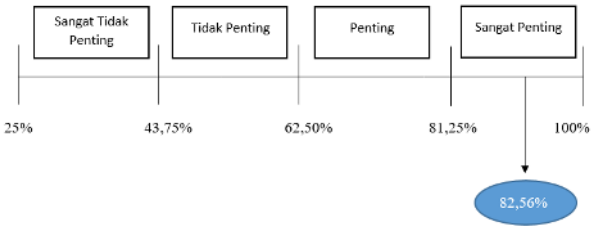
2. Hasil Rata-Rata Pengukuran Kenyataan *(Performance)*

Hasil data yang telah diolah mengenai Kenyataan (*Performance*) berdasarkan dimensi *E- Service Quality* pada Aplikasi BSI *Mobile Banking* didapati hasil perhitungan dengan menggunakan pernyataan yang ada dalam tabel operasional variabel sebeumnya seperti pada tabel berikut ini:

TABEL 5
HASIL RATA-RATA PERHITUNGAN KENYATAAN
(*PERFORMANCE*)

No	Dimensi	Hasil presentase	Hasil kategori penilaian
1	*Ease of Use*	82%	Sangat Penting
2	*Web Design*	81,1%	Sangat Penting
3	*Reliability*	82%	Sangat Penting
4	*System Availibility*	81,83%	Sangat Penting
5	*Privacy*	84,5%	Sangat Penting
6	*Responsiveness*	82,87%	Sangat Penting
7	*Emphaty*	83,63%	Sangat Penting
Rata-Rata Skor		**82,56%**	**Sangat Penting**

Sumber: Hasil Olah Data Penulis,2022



GAMBAR 11
GARIS KONTINUM RATA-RATA NILAI KENYATAAN
(*PERFORMANCE*)

Sumber: Hasil Olah Data Penulis,2022

GAMBAR 11 nilai rata-rata pengukuran terhadap kenyataan (performance) pada aplikasi BSI *Mobile Banking* sebesar 82,56%.

D. *Customer Satisfaction Index* (CSI)

Dalam menentukan skor CSI menggunakan Skor WF (*Weight Factor)* dan selanjutnya WF digunakan sebagai salah satu langkah hasil perhitungan untuk menemukan skor WS (weight score) yang dimana score tersebut untuk menentukan WT (*weight total) yang dimana hasil akhir nya untuk menemukan tingkat* skor CSI (*custumer satisfaction index*) dengan rumus total (*weight total*) dibagi dengan jumlah interpretasi *custumer satisfaction index* sebanyak 5. Berikut hasil perhitungan:

TABEL 6
HASIL SKOR CUSTOMER SATISFACTION INDEX

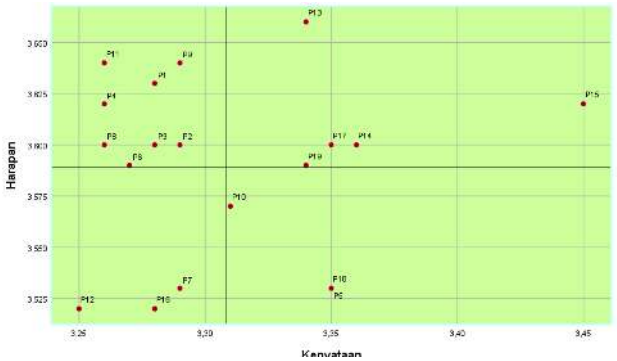
Pernyataan	WF	WS
1	5,32	17,46
2	5,28	17,37
3	5,28	17,32
4	5,31	17,31
5	5,18	17,34
6	5,26	17,22
7	5,18	17,03
8	5,28	17,21
9	5,34	17,56
10	5,24	17,33
11	5,34	17,40
12	5,16	16,78
13	5,37	17,93
14	5,28	17,74
15	5,31	18,32
16	5,16	16,93
17	5,28	17,69
18	5,18	17,34
19	5,26	17,58
WT		330,85
CIS		66,17

Sumber: Hasil Olah Data Penulis,2022

TABEL hasil perhitungan Customer Satisfaction Index yang didapat kemudian peneliti petakan kedalam kategori karakteristik Interpretasi Customer Satisfaction yang sudah ada dengan hasil skor Customer Satisfaction Index sebesar 66,17 yang artinya Puas dan berada diposisi antara 66%-80%. Ini membuktikan bahwa nasabah pengguna aplikasi BSI *Mobile Banking* merasakan manfaat dan keuntungan saat menggunakan aplikasi BSI *Mobile Banking* oleh karena itu Bank Syariah Indonesia telah berhasil memberikan kepuasan terhadap pengguna. Namun posisi Puas ini masih berada di tingkatan nomor 2 pada Interpretasi Customer Satisfaction oleh sebab itu masih ada beberapa aspek yang perlu ditingkatkan lebih maksimal terhadap aplikasi BSI *Mobile Banking* sehingga dapat mencapi skor sangat puas 81%-

100% dan dapat memenuhi harapan pelanggan sepenuhnya terhadap penggunaan aplikasi BSI *Mobile Banking*.

E. *Importance Performance Analysis* (IPA)



GAMBAR 12

MATRIX *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS*

Sumber: Hasil Olah Data Penulis,2022

GAMBAR 12 merupakan hasil matrix Importance *Performance Analysis* dengan kuadran pertama kiri atas, kuadran B terletak di kanan atas, kuadran C terletak di kiri bawah dan kuadran D terletak di kanan bawah. Berikut Penjelasan terkait hasil:

A. Kuadran A (prioritas) adalah menunjukan variabel yang dianggap mempengaruhi kepuasan pelanggan dan dianggap sangat penting, tetapi perusahaan belum dapat melaksanakan sesuai keinginan konsumen. Dalam hal ini pihak PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk perlu memperbaiki kinerja aplikasi BSI *Mobile Banking* untuk meningkatkan kepuasan perusahaan atau pelanggan. Peneliti memaparkan nomor atribut dan pernyataan yang ada di dalam kuadran A yaitu:

1. Nomor atribut 1 " apakah proses dalam mengakses fitur aplikasi BSI *Mobile banking* mudah dipahami". pada pernyataan nomor 1 telah di terapkan oleh PT Bank Syariah Indonesia, Tbk dan harapan pengguna aplikasi BSI *Mobile Banking* mudah dalam mengakses BSI *Mobile Banking*, namun kenyataannya nasabah pengguna aplikasi BSI *Mobile Banking* kesulitan dalam mengakses fitur aplikasi yang terlalu rumit. dari penemuan. Apabila terdapat hipotesis, maka pada bagian ini juga menjelaskan proses pengujian hipotesis beserta hasilnya.
2. Nomor atribut 2 "kemudahan dalam proses *log in* pembuatan akun dan pencarian informasi oleh pengguna ". pada pernyataan nomor 2 ini proses *log in* pada aplikasi BSI *Mobile Banking* berjalan dengan baik, namun kenyataan nya nasabah kesulitan dalam pembuatan akun yang terlalu rumit.
3. Nomor atribut 3 " apakah tampilan setiap fitur aplikasi BSI *Mobile Bangking* mudah dipahami". Pada pernyataan nomor 3 apliaksi BSI *Mobile Banking* mudah dipahami diharapkan nasabah, namun kenyaataan ada beberapa nasabah yang masih belum paham mengenai menu – menu yang terdapat pada aplikasi BSI *Mobile Banking*.
4. Nomor atribut 4 " tampilan aplikasi BSI *Mobile Banking* tersusun dengan baik" pada pernyataan nomor 4 tampilan pada aplikasi BSI *Mobile Banking* tersusun dengan baik dan diharapkan oleh nasabah, namun kenyataan nya tampilan utama pada aplikasi terlalu penuh sehingga beberapa pengguna kesulitan dalam mengakses fitur pada aplikasi BSI *Mobile Banking*.
5. Nomor atribut 6 " pada aplikasi BSI *Mobile Banking loading* pada halaman cepat". Pada pernyataan nomor 6 berjalan dengan baik, namun kenyataan nya pengguna pada aplikasi BSI *Mobile baking* sering mengalami gangguan dan keluar sendiri atau *loading* saat proses transaksi lama.
6. Nomor atribut 8 " fitur pada aplikasi BSI *Mobile Banking* berfungsi sebagaimana mestinya". Pada pernyataan nomor 8 ini pada fitur aplikasi BSI *Mobile Banking* terdapat fitur yang diharapkan oleh nasabah, namun kenyataan nya fitur yang ada tidak sesuai dengan yang diharapakan nasabah seperti fitur buka rekening sebagian pengguna jika ada yang ingin mendaftar buka rekening *online* melalui *Mobile Banking* harus ke *Custumer Service* untuk mengaktifkan.
7. Nomor atribut 9 " pada aplikasi BSI *Mobile Banking* menu transaksi dengan mudah digunakan". Pada pernyataan nomor 9 pada aplikasi BSI *Mobile Banking* berjalan dengan baik, namun kenyataan nya nasabah kesulitan jika akan melakukan transaksi harus memasukan kata sandi dan pin terlebih dahulu yang menurut nasabah terlalu rumit dan memakan waktu.
8. Nomor atribut 11 " sistem pada aplikasi BSI *Mobile Banking* jarang mengalami error atau gangguan". Pada pernyataan nomor 11sistem pada aplikasi BSI *Mobile Banking* berjalan dengan baik, namun kenyataan nya pengguna pada aplikasi BSI *Mobile baking* sering mengalami gangguan *erro*r atau *time out* sendiri dan harus menunggu 24 jam supaya transaksi kembali normal.

B. Kuadran B (mempertahankan prestasi) menunjukan variabel yang telah berhasil dilaksanakan oleh perusahaan, oleh sebab itu harus diperthankan serta dianggap sangat penting untuk memuaskan pelanggan. Pada pernyataan yang terletak di kuadran B dianggap sebagai faktor penunjang bagi kepuasan pengguna sehingga harus dipertahankan oleh perusahaan karena semua pernyataan menjadikan produk atau jasa tersebut selalu unggul dimata pelanggan. Oleh karena itu peneliti memaparkan nomor dan atribut pada kuadran B berikut ini:

1. Nomor atribut 13"informasi akun pengguna aplikasi BSI *Mobile Banking* aman". Pada pernyataan ini berjalan dengan baik dan informasi yang disampaikan jelas sehingga nasabah percaya dan mengrti.
2. Nomor atribut 14 " aplikasi BSI *Mobile Banking* melindungi data pengguna". Pada atribut ini menjelaskan bahwa keamanan pada aplikasi BSI *Mobile Banking* melindungi data pengguna yang dimana memberikan

keamanan yang sangat baik kepada pengguna dan sesuai dengan harapan.

3. Nomor atribut 15 " akun pengguna aplikasi tidak dapat diakses orang lain". Pada pernyataan nomor 15 ini menjelaskan bahwa keamanan yang diberikan terhadap aplikasi BSI *Mobile Banking* sangat baik sehingga akun pengguna tidak dapat diakes oleh lain dan membuat nasabah nyaman saat menggunakan aplikasi BSI *Mobile Banking*.
4. Nomor atribut 17 " aplikasi BSI *Mobile Banking* menyediakan menu layanan yang membantu pengguna jika terjadi masalah". Pada pernyataan ini bahwa layanan yang diberikan PT Bank Syariah Indonesia pada aplikasi BSI *Mobile Banking* sudah memenuhi kebutuhan yang diharapkan pengguna.
5. Nomor atribut 19 " fitur aplikasi BSI *Mobile Banking* memberikan kenyamanan kepada pengguna". Pada pernyataan ini membuktikan bahwa fitur pada layanan aplikasi BSI *Mobile Banking* memberikan kenyamanan kterhadap pengguna sehingga pengguna merasa puas dan sesuai dengan yang diharapkan ketika melakukan transaksi.

C. (prioritas rendah) menunjukan variabel yang dianggap kurang penting serta kurang memuaskan bagi pelanggan yang dimana perusahaan perlu dipertimbangkan atau diperbaiki dalam mempertahankan. Berikut ini atribut yang terdapat pada kuadran C:

Nomor atribut 7 " menyediakan informasi yang tepat sesuai yang dibutuhkan pengguna". Pada pernyataan ini pada aplikasi BSI *Mobile Banking* menyediakan informasi yang dibutuhkan pengguna namun ketika nasaba meng klik informasi tersebut harus membuka laman baru berupa website dan tidak sesuai yang mereka ingingkan.

1. Nomor atribut 12 " sistem pada aplikasi BSI *Mobile Banking* lancar saat proses transaksi". Pada pernyataan ini saat sedang melakukan transaksi masih sering mengalami gangguan.
2. Nomor atribut 16 " respon layanan aplikasi BSI *Mobile Banking* langsung ditangapi" pada pernyataan ini tingkat kebutuhan nasabah kurang karena tidak semua keluhan nasabah langsung ditanggapi.

D. Kuadran D (berlebihan) menunjukan variabel yang memuaskan tapi dalam melakukannya perusahaan terlalu berlebihan serta dianggap kurang penting oleh pelanggan. Berikut ini atribut yang terdapat pada kuadran D:

1. Nomor atribut 5 " tampilan design pada aplikasi BSI *Mobile Banking* menarik". Dengan tampilan yang menarik pada aplikasi BSI *Mobile Banking* tidak sepenuhnya nasabah mengerti dan puas dengan pengguanan nya karena pada aplikasi BSI *Mobile Banking* tampilan utama nya terkesan terlalu penuh sehingga beberapa nasabah mengalami kesulitan ketika akan bertransaksi pada aplikasi BSI *Mobile Banking*.
2. Nomor atribut 10 " sistem pada aplikasi BSI *Mobile Banking* selalu aktif dan tersedia". Sistem pada aplikasi BSI *Mobile Banking* sering mengalami kendala seperti tidak bisa bertransaksi, *time out*, atau tiba tiba *log out* dengan sendirinya sehingga membuat nasabah takut dan ragu untuk melakukan transaksi pada aplikasi BSI *Mobile Banking* dan tidak sedikit pula nasabah pengguna lebih memilih transaksi ke ATM *center*.
3. Nomor atribut 18 "aplikasi BSI *Mobile Banking* selalu up to date mengenai kebutuhan dan keinginan pengguna". Dalam hal ini perusahaan selalu memberikan layanan yang terbaik bagi nasabah aplikasi pada BSI *Mobile Banking* memang selalu up to date ketika ada program baru yang diluncurkan namun ketika nasabah akan mengikuti perubahan baru tersebut terkadang mengalami down yang dimana tidak bisa diakses.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan rumusan masalah pada penelitian ini, maka dapat ditariik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil analisis deskriptif rata-rata nilai dari data pengukuran mengenai harapan *(importance)* atas penggunaan aplikasi BSI *Mobile Banking* berdasarkan penerapan dari *E-service Quality* sebesar 90% nilai ini menunjukan bahwa berada di posisi antara 81.25%-100% yang artinya sangat penting. Sedangkan, analisis kenyataan (*performance)* atau kinerja hasil rata-rata deskriptif atas penggunaan aplikasi BSI *Mobile Banking* berdasarkan penerapan *e-service quality* sebesar 82.56% nilai ini menunjukan bahwa berada diposisi antara 81.56%-100% yang artinya sangat penting.
2. Perhitungan hasil *custumer satisfaction index* (CSI) didapati skor sebesar 66,17% yang berada di posisi antara 66%-80% yang artinya tingkat kepuasan nasabah Puas dengan adanya aplikasi BSI *Mobile Banking* karena dapat memenuhi kebutuhan nasabah saat transaksi.
3. Hasil analisis dari *matrix importance performance analysis* (IPA) menunjukan bahwa aspek *e-service quality* yang perlu diperbaiki terdapat pada diagram kartesius kuadran C terdapat 3 atribut dan kuadran D terdapat 3 atribut. Untuk meningkatkan kepuasan konsumen serta kualitas layanan pada aplikasi BSI *Mobile Banking* adalah sebagai berikut:

Kuadran C (prioritas rendah):

a. Atribut 7: Menyediakan informasi yang tepat sesuai yang dibutuhkan pengguna
b. Atribut 12: Sistem pada aplikasi BSI *Moble Banking* lancar saat proses transaksi
c. Atribut 16: Respon layanan aplikasi BSI *Mobile Banking* langsung ditanggapi

Kuadran D (berlebihan):

a. Atribut 5: Tampilan design pada aplikasi BSI *Mobile Banking* menarik
b. Atribut 10: Sistem aplikasi BSI *Mobile Banking* selalu aktif dan tersedia
c. Atribut 18: Aplikasi BSI *Mobile Banking* selalu up to date mengenai kebutuhan dan keinginan pengguna

REFERENSI

- Book

[1] Digital Marketing: Komunikasi Bisnis Menjadi

Lebih Mudah Oleh Didin Hadi Saputra, Dian Utami Sutiksno, Aditya Halim Perdana Kusuma, Romindo

[2] Sinambela, lijanpoltak dan sarton sinambela (2020). METODOLOGI PENELITIAN

[3] KUANTITATIF: TEORITIK DAN PRAKTIK Depok : PT. Raja Grafindo Manajemen Pemasaran (Dasar & Konsep)

[4] Sugiyono (2022). Metode penelitian Kuantitatif. Bandung:Alfabeta

[5] Sugiyono (2020). Metode penelitian Kuantitatif, K Kualitatif, dan R&D. Bandung:Alfabeta\

- Journal

[1] Sukmawati, R. A., & Sastika, W. (2018). E-service Quality: Applications Bjb Digi On Pt. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat Dan Banten (bjb), Tbk (case Study Of Client Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat Dan Banten (bjb), Tbk Bandung Tahun 2018). eProceedings of Applied Science, 4(3).

[2] Fahrezi, A., & Pradana, M. (2021). Pengaruh E-service Quality Terhadap E-customer Loyalty Pada Aplikasi E-banking Bank Syariah Indonesia (bsi) Mobile Melalui E-customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening. eProceedings of Management, 8(6).

World Wide Web

[1] Internet : https://www.ojk.go.id/id/regulasi/otoritas-jasa-keuangan/rancanganregulasi

[2] Internet : https://play.google.com/store/apps/details?id=com.bsm.activity2 .