



Analisa Kualitas Layanan Aplikasi *Mobile Banking* pada Nasabah Bjb Cabang Tangerang Menggunakan Metode *Servqual*

Ageng Agti Prihatiningrum*, Eva Zuraidah

Fakultas Teknologi Informasi, Program Studi Sistem Informasi, Universitas Nusa Mandiri, Jakarta
Jl. Kramat Raya No.18, RW.7, Kwitang, Kec. Senen, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta, Indonesia

Email: ^{1,*}11211094@nusamandiri.ac.id, ²eva.evz@nusamandiri.ac.id

Email Penulis Korespondensi: 11211094@nusamandiri.ac.id

Submitted: 08/06/2022; Accepted: 07/07/2022; Published: 31/07/2022

Abstrak—Kualitas layanan merupakan faktor penting dalam keunggulan kompetitif dalam suatu perusahaan. pentingnya kualitas layanan dapat membantu perusahaan membedakan diri dari perusahaan lain. Dapat diketahui dalam layanan aplikasi mobile banking bank BJB masih terdapat keluhan dan ketidakpuasan pelanggan, dikarenakan masih sering terjadi maintenance pada aplikasi BJB Mobile sehingga menyebabkan transaksi pelanggan terganggu dan mengalami gagal transaksi. Selain hal tersebut, pada saat proses pengaduan ketika terjadinya gagal transaksi, tanggapan yang diberikan oleh pihak Bank harus melalui proses yang panjang dan lama. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengukur kualitas layanan yang berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah dengan metode servqual. Pengukuran kepuasan nasabah dilakukan dengan mencari sampel dengan metode slovin dan didapatkan 98 responden. Pengukuran tingkat kepuasan nasabah terhadap 5 dimensi jasa kualitas pelayanan yaitu tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy dan diperoleh hasil rata-rata kesenjangan gap kenyataan dan harapan nasabah -0,10. Dari gap tersebut dikelompokkan berdasarkan atribut dengan diagram IPA (Importance Performance Analysis) dengan hasil dimensi Tangible nilai gap -0,11, Reliability dengan nilai gap -0,02, Responsiveness dengan nilai gap -0,06, Assurance dengan gap -0,01, dan Empathy dengan nilai gap -0,31

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan; Kepuasan Pelanggan; Metode Servqual; Metode Slovin; Diagram IPA.

Abstract—Service quality is an important factor in competitive advantage in a company. The importance of service quality can help companies differentiate themselves from other companies. It can be seen that in the BJB bank mobile banking application service, there are still complaints and customer dissatisfaction, because there is still frequent maintenance on the BJB Mobile application, causing customer transactions to be disrupted and transaction failures. In addition to this, during the complaint process when a failed transaction occurs, the response given by the Bank must go through a lengthy process. The purpose of this study was to measure the quality of service that affects the level of customer satisfaction with the servqual method. Measurement of patient satisfaction was done by looking for samples with the Slovin method and obtained 98 respondents. Measurement of the level of customer satisfaction on the 5 dimensions of service quality of service, namely tangible, reliability, responsiveness, assurance, and empathy, and the average result of the gap between reality and customer expectations is -0.10. The gaps are grouped based on attributes using an IPA (Importance Performance Analysis) diagram with Tangible dimension results with a gap value of -0.11, Reliability with a gap value of -0.02, Responsiveness with a gap value of -0.06, Assurance with a gap of -0.01, and Empathy with a gap value of -0.31.

Keywords: Service Quality; Customer Satisfaction; Servqual Method; Slovin Method; IPA Diagram

1. PENDAHULUAN

Sektor perbankan merasakan persaingan bisnis semakin ketat baik di pasar domestik maupun internasional. Untuk memenuhi kepuasan nasabah dalam bidang industri perbankan, kualitas pelayanan nasabah sangat penting bagi perusahaan, agar berjalan dengan baik untuk terus menciptakan kepercayaan dan kepuasan nasabah. dikenal Dengan *mobile banking*, pelayanannya dapat memenuhi kebutuhan nasabah melalui media elektronik dengan mudah. Menggunakan *mobile banking*, nasabah dapat mengakses produk dan layanan perbankan melalui *smartphone* di mana saja dan kapan saja dalam waktu 24 jam tanpa nasabah harus pergi ke bank atau Anjungan Tunai Mandiri (ATM), kecuali tarik setor tunai. Harapannya adalah memudahkan nasabah dalam bertransaksi layanan *mobile banking*.

Kualitas layanan didefinisikan sebagai faktor penting dalam keunggulan kompetitif dalam suatu perusahaan. pentingnya kualitas layanan dapat membantu perusahaan membedakan diri dari perusahaan lain. Kualitas layanan yang sangat baik adalah kuncinya meningkatkan profitabilitas yang baik.[1]

Perkembangan teknologi dapat membuat aktivitas manusia lebih mudah dari sebelumnya Dengan kecepatan tinggi, *Internet* merupakan media informasi yang tidak terpisahkan dalam kehidupan masyarakat saat ini. Perkembangan *internet* di Indonesia. Layanan perbankan seluler Dapat digunakan di media *mobile* dengan menggunakan teknologi *internet* dan dapat dijalankan dimana saja dengan akses 24 jam.[2]

Ketidakpuasan pelanggan dari layanan yang diberikan perusahaan akan yang sangat berpengaruh terhadap kualitas layanan aplikasi *mobile banking*. Oleh karena itu perusahaan harus memberikan penilaian dengan membandingkan layanan yang ditawarkan kepada pelanggan.[3]

Dalam usulan variabel bebas terdiri dari *tengibles* (bukti terukur) (X1), *reliability* (keandalan) (X2), *responsiveness* (daya tanggap) (X3), *assurance* (jaminan) (X4) dan *emphaty* (empati) (X5) dan variabel terikat dari usulan penelitian ini adalah Kepuasan pelanggan (Y). Usulan Penelitian dilihat dari pengaruh Variabel X1, X2, X3, X4 dan X5 terhadap variabel Y secara parsial dan serentak. Berdasarkan latar belakang diatas, layanan aplikasi *mobile banking* tidak semudah dengan yang diharapkan. Peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian

mengenai pengaruh layanan aplikasi *mobile banking* terhadap kepuasan karena pentingnya mengetahui sejauh mana respon nasabah terhadap layanan *mobile banking* dan mendatangkan keuntungan bagi nasabah dan perusahaan.

Kepuasan nasabah dalam penggunaan layanan aplikasi *mobile banking* Bank bjb dapat dilihat dari banyaknya data-data keluhan yang muncul pada layanan aplikasi *mobile banking* tersebut. Data keluhan-keluhan tersebut didapat dari sumber mana saja, mulai dari nasabah melakukan pengaduan langsung ke Bank dan melalui *call center* Bank BJB di 14049 ataupun melalui *email* dan social media. Nasabah sangat sensitif terhadap kinerja perusahaan dan layanan perusahaan, pesaing, oleh karena itu perusahaan harus mampu memahami keinginan nasabah dengan baik.[4]

Dapat diketahui dalam layanan aplikasi *mobile banking* bank BJB masih terdapat keluhan dan ketidakpuasan nasabah, dikarenakan masih sering terjadi *maintenance* pada aplikasi BJB *Mobile* sehingga menyebabkan transaksi pelanggan terganggu dan mengalami gagal transaksi. Selain hal tersebut, pada saat proses pengaduan ketika terjadinya gagal transaksi, tanggapan yang diberikan oleh pihak Bank harus melalui proses yang panjang dan lama.

Berdasarkan latar belakang diatas, layanan aplikasi *mobile banking* tidak semudah dengan yang diharapkan. Peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian mengenai pengaruh layanan aplikasi *mobile banking* terhadap kepuasan karena pentingnya mengetahui sejauh mana respon nasabah terhadap layanan *mobile banking* dan mendatangkan keuntungan bagi nasabah dan perusahaan.

Kualitas layanan didefinisikan sebagai faktor penting dalam keunggulan kompetitif dalam suatu perusahaan. pentingnya kualitas layanan dapat membantu perusahaan membedakan diri dari perusahaan lain. Kualitas layanan yang sangat baik adalah kuncinya meningkatkan profitabilitas yang baik.[5]

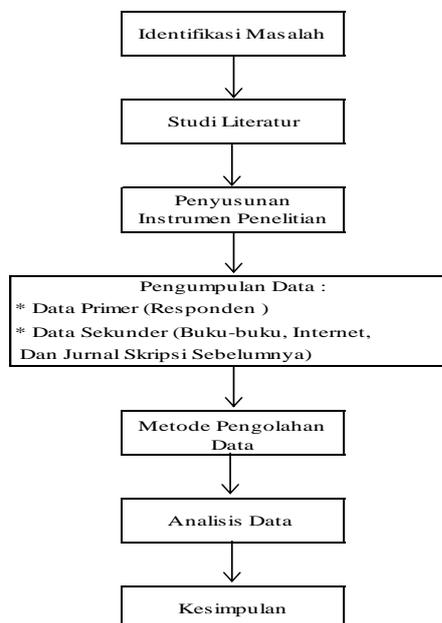
Untuk mencapai kepuasan pelanggan dalam industri perbankan, kualitas layanan nasabah sangat penting untuk kelancaran bisnis guna menjaga kepercayaan dan kepuasan nasabah. Kepuasan adalah kegembiraan dan kekecewaan yang muncul setelah membandingkan produk atau layanan dengan apa yang pikirkan dan harapkan.[6]

Dalam penelitian ini penulis mengambil objek penelitian pada Bank BJB Cabang Tangerang, ruang lingkup penelitian berkaitan dengan indikator penentuan kualitas pelayanan lima faktor yakni *tangible, empathy, responsiveness, reliability, assurance* [5] terhadap kepuasan penggunaan layanan aplikasi *mobile banking* Bank BJB untuk bertransaksi secara *online* menggunakan penilaian metode *servqual* gap antara kenyataan/persepsi dan harapan nasabah, penerapan metode IPA atau diagram *kartesi* dalam menentukan prioritas utama setiap atribut yang harus diperbaiki kualitasnya dan atribut yang harus di pertahankan kualitas layanannya. Data yang digunakan dalam penelitian ini didapat dari hasil penyebaran kuesioner secara *online* melalui *googleform*.

2. METODOLOGI PENELITIAN

2.1 Tahapan Penelitian

Metodologi penelitian memiliki rancangan penelitian tertentu, rancangan ini menggambarkan langkah-langkah yang harus di tempuh, waktu penelitian, sumber data dan kondisi arti data dikumpulkan dan dengan cara bagaimana data itu diolah.



Gambar 1. Tahapan Penelitian

2.2 Metode Penelitian

Dalam melakukan penelitian, peneliti menggunakan metode survey atau penelitian yang dilakukan untuk mengumpulkan data-data tentang fenomena yang ada pada objek penelitian dan mencari informasi yang aktual dan sistematis. Berdasarkan maksud dari variable-variabel yang diteliti, maka penelitian ini termasuk kedalam penelitian deskriptif dan verifikatif.

Metode penelitian kuantitatif dengan teknik analisis secara deskriptif dan verifikatif. Metode deskriptif dengan menggunakan perhitungan distribusi frekuensi, skoring dan nilai rata-rata, sedangkan metode verifikatif dengan menggunakan analisis jalur [8]

Penelitian deskriptif kualitatif dalam perspektif bimbingan dan konseling bertujuan untuk memberi gambaran umum dari hakikat metode penelitian deskriptif kualitatif dalam penelitian bimbingan konseling, analisis data dalam penelitian deskriptif kualitatif, langkah langkah serta kekuatan dan kelemahan dalam penelitian kualitatif itu sendiri.

Penelitian deskriptif, dapat diperoleh gambaran mengenai masing-masing variabel yang diteliti, yaitu variabel Tangible (X1), Realibility (X2), Responsiveness (X3), Assurance (X4), Emphaty (X5) dan Kepuasan Pelanggan (Y) pada Bank BJB cabang Tangerang. Penelitian verifikatif dilakukan untuk menguji kebenaran suatu hipotesis yang dilakukan melalui pengumpulan data di lapangan.

2.2.1 Operasional Variabel

Merupakan kegiatan menjabarkan variabel kedalam konsep dari teori yang diteliti lengkap dengan dimensi dan skalanya. Operasional variabel dilakukan untuk membatasi agar pembahasan tidak terlalu meluas, dimana dalam penelitian ini terdapat 5 variabel yang dikaji, yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy*. Penjabaran operasional dari variabel-variabel yang diteliti dapat dilihat pada berikut ini:

Tabel 1. Tabel Variabel Pertanyaan

No	Dimensi	Indikator Pernyataan
1	<i>Tangibles</i> (Bukti Fisik)	Tampilan <i>mobile banking</i> jelas
2		<i>Mobile banking</i> mudah digunakan
3		Animasi, grafis tidak memperlambat proses transaksi
4	<i>Reliability</i> (Keandalan)	Dapat digunakan 24 jam
5		Dapat digunakan dimanapun
6		Tidak perlu mengantri
7	<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	Keluhan ditanggapi dengan cepat
8		Memberikan informasi yang jelas dan mudah dipahami
9	<i>Assurance</i> (Jaminan)	Keamanan data transaksi
10		Dijaga kerahasiaanya
11	<i>Empathy</i> (Empati)	Memberikan perhatian dengan tulus
12		Mudah dihubungi

2.3 Populasi Dan Sampel

a. Populasi

Merupakan keseluruhan dari objek atau individu, mempunyai karakteristik (sifat-sifat) tertentu yang akan diteliti. Populasi juga disebut keseluruhan atau (*universe*)[9]

b. Sampel

Sampel merupakan proses menyeleksi sejumlah elemen dari populasi yang diteliti untuk dijadikan sampel, dan memahami berbagai sifat atau karakter dari subjek yang dijadikan sampel, yang nantinya dapat dilakukan generalisasi dari elemen populasi.[10]

Pendekatan pengambilan sampel dirumuskan :

$$\frac{5000}{1 + 5000 (10\%)^2} = \frac{5000}{1 + 5000 (0,01)} = 98,03$$

2.4 Uji Validitas dan Uji Reabilitas

Uji validitas bertujuan sebagai alat ukur yang digunakan untuk mengukur sejauh mana alat mengukur apa yang dimaksudkan untuk diukur.[11]

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(n \sum X^2 - (\sum X)^2) (n \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}} \tag{1}$$

Keputusan pengujian validitas responden menggunakan taraf signifikansi sebagai berikut:



- a. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan valid jika r_{hitung} lebih besar r_{tabel} ($r_{hitung} > r_{tabel}$).
- b. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan tidak valid jika r_{hitung} lebih kecil atau sama dengan dari ($r_{hitung} \leq r_{tabel}$)

Uji reliabilitas ukuran yang menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten bila diukur beberapa kali dengan alat ukur yang sama.[12]

$$r = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma^2}{\sigma^2} \right) \tag{2}$$

Jika hasil uji reabilitas dengan metode Cronbach’s Alpha (menggunakan uji statistik) menunjukkan nilai pada masing-masing dimensi baik kinerja dan kepuasan pasien berada pada nilai > 0,7 artinya semua dimensi reliabel atau dapat diandalkan.[13]

2.5 Metode Servqual

Metode *servqual* dikembangkan untuk membantu manajer menganalisis sumber masalah kualitas dan mengetahui cara meningkatkan kualitas layanan. Model *servqual* didasarkan pada asumsi bahwa konsumen membandingkan kinerja layanan. [14]

$$\text{Skor Service Quality} = \text{Skor P} - \text{Skor H} \tag{3}$$

2.6 Metode Importance Performance Analysis (IPA)

Importance-Performance Analysis (IPA) yang bisa digunakan untuk menganalisis kinerja sebuah organisasi dengan mengukur kinerja yang dirasa penting oleh pelanggan dan kinerja yang diterima oleh pelanggan atau kinerja yang diberikan oleh website.[15]

Menentukan X yang merupakan dari rata-rata skor persepsi semua atribut dan Y yaitu dari rata-rata skor harapan pada atribut. Dari hasil tersebut dijabarkan ke dalam empat bagian pada diagram kartesius.[16] Adapun rumus yang digunakan adalah

$$Tki = \frac{x}{y} \times 100\% \tag{4}$$

- 1. Kuadran A (Prioritas Utama), merupakan wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan namun pada kenyataannya belum sesuai dengan harapan (kepuasan yang diperoleh masih sangat rendah).
- 2. Kuadran B (Pertahankan Prestasi), merupakan wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan dan sudah sesuai dengan yang dirasakan sehingga tingkat kepuasannya relative lebih tinggi.
- 3. Kuadran C (Prioritas Rendah), merupakan kuadran yang memuat atribut-atribut yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan pada kenyataannya kinerjanya tidak terlalu memuaskan.
- 4. Kuadran D (Terlalu Berlebihan), merupakan kuadran yang memuat atribut-atribut yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan tetapi layanan yang disediakan dirasakan terlalu berlebihan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Uji Validitas Data

Setelah dilakukan uji validitas untuk semua skor pertanyaan di dapat hasil total nilai dengan menggunakan taraf signifikan 5 % dan N = 98 dengan rumus $dk = n - 2$ yaitu 96. Setelah melakukan perhitungan maka diperoleh r tabel sebesar 0,202.

Tabel 2. Uji Validitas Kenyataan/Persepsi

Pernyataan	r hitung	r tabel	Status
Tampilan <i>mobile banking</i> jelas	0,519	0,202	Valid
<i>Mobile banking</i> mudah digunakan	0,604	0,202	Valid
Animasi, grafis tidak memperlambat proses transaksi	0,661	0,202	Valid
Dapat digunakan 24 jam	0,590	0,202	Valid
Dapat digunakan dimanapun	0,570	0,202	Valid
Tidak perlu mengantri	0,318	0,202	Valid
Keluhan ditanggapi dengan cepat	0,706	0,202	Valid
Memberikan informasi yang jelas dan mudah dipahami	0,67	0,202	Valid
Keamanan data transaksi	0,858	0,202	Valid
Dijaga kerahasiaanya	0,772	0,202	Valid
Memberikan perhatian dengan tulus	0,452	0,202	Valid

Pernyataan	r hitung	r tabel	Status
Mudah dihubungi	0,628	0,202	Valid

Tabel 3. Uji Validitas Harapan

Pernyataan	r hitung	r tabel	status
Tampilan <i>mobile banking</i> jelas	0,774	0,202	Valid
<i>Mobile banking</i> mudah digunakan	0,812	0,202	Valid
Animasi, grafis tidak memperlambat proses transaksi	0,777	0,202	Valid
Dapat digunakan 24 jam	0,729	0,202	Valid
Dapat digunakan dimanapun	0,808	0,202	Valid
Tidak perlu mengantri	0,707	0,202	Valid
Keluhan ditanggapi dengan cepat	0,731	0,202	Valid
Memberikan informasi yang jelas dan mudah dipahami	0,805	0,202	Valid
Keamanan data transaksi	0,847	0,202	Valid
Dijaga kerahasiaanya	0,852	0,202	Valid
Memberikan perhatian dengan tulus	0,815	0,202	Valid
Mudah dihubungi	0,548	0,202	Valid

3.2 Uji Reabilitas Data

Uji reliabilitas digunakan untuk melihat kenyataan konsistensi jawaban dari tem-item pertanyaan dengan menggunakan teknik *Cronbach's Alpha* dapat diperoleh tingkat konsisten tanggapan responden. Berisi hasil implementasi ataupun pengujian.

Tabel 4. Kesimpulan Uji Reliabilitas

Kuesioner	Cronbach's Alpha	Standar Nilai Cronbach's Alpha	Keterangan
Harapan	0,8348	0,7	Reliabel
Kenyataan	0,8436	0,7	Reliabel

3.3 Perhitungan Metode *Servqual*

Perhitungan dengan metode *servqual* akan diperoleh setelah dilakukan perhitungan uji validitas dan uji realibilitas pengolahan data maka akan didapatkan hasil kevalidan atas pertanyaan-pertanyaan kuesioner yang telah di jawab oleh 98 responden pada item-item pertanyaan menggunakan metode *servqual* yakni dimensi *tangible* (bukti fisik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati).

Tabel 5. Hasil Metode *Servqual*

Dimensi	Pertanyaan	Skor Kenyataan	Skor Harapan	Gap (<i>Servqual</i> Score)
<i>Tangible</i>	Tampilan <i>mobile banking</i> jelas	4,61	4,76	-0,14
	<i>Mobile banking</i> mudah digunakan	4,64	4,77	-0,12
	Animasi, grafis tidak memperlambat proses transaksi	4,57	4,64	-0,07
<i>Reliability</i>	Dapat digunakan 24 jam	4,53	4,56	-0,03
	Dapat digunakan dimanapun	4,77	4,78	-0,01
	Tidak perlu mengantri	4,77	4,79	-0,02
<i>Responsiveness</i>	Keluhan ditanggapi dengan cepat	4,47	4,57	-0,1
	Memberikan informasi yang jelas dan mudah dipahami	4,63	4,65	-0,02
<i>Assurance</i>	Keamanan data transaksi	4,69	4,7	-0,01
	Dijaga kerahasiaanya	4,69	4,7	-0,01
<i>Emphaty</i>	Memberikan perhatian dengan tulus	4,31	4,72	-0,42
	Mudah dihubungi	4,5	4,7	-0,2
	Rata-rata	4,6	4,7	-0,1
	Gap Minimum			-0,42
	Gap Maksimum			-0,01

3.4 Perhitungan Gap Lima Dimensi *Servqual*

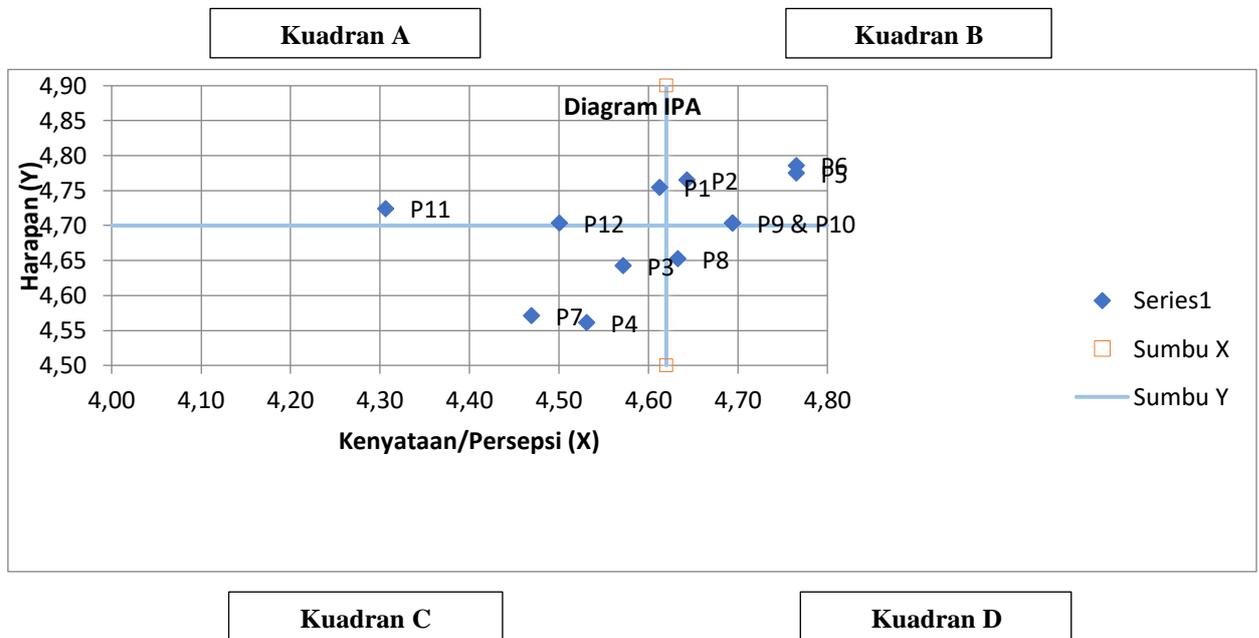
Perhitungan hasil gap antar dimensi *servqual* maka didapatkan gap sebagai berikut :

Tabel 6. Hasil Gap Lima Dimensi

Dimensi	Kenyataan (X)	Harapan (Y)	Gap	Peringkat
<i>Tangible</i>	4,61	4,72	-0,11	4
<i>Reliability</i>	4,69	4,71	-0,02	2
<i>Responsiviness</i>	4,55	4,61	-0,06	3
<i>Assurance</i>	4,69	4,70	-0,01	1
<i>Emphaty</i>	4,40	4,71	-0,31	5
Rata-rata			-0,10	

Pada tabel diatas merupakan hasil dari pengolahan data pada tiap dimensi dan dapat dilihat bahwa semua dimensi memiliki nilai gap negatif. *Assurance* merupakan peringkat pertama dengan hasil nilai Gap -0,01, peringkat kedua dimensi *Reliability* dengan nilai Gap -0,02, kemudian peringkat ketiga dimensi *Responsiveness* dengan nilai Gap -0,06, peringkat ke empat dimensi *Tangible* dengan nilai Gap -0,11 dan kemudian dimensi dengan peringkat ke lima yaitu dimensi *Empathy* dengan gap -0,31. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dimensi yang menjadi prioritas untuk diperbaiki adalah dimensi *Empathy* (Empati).

3.5 Diagram IPA (*Importance Performance Analysis*)



Gambar 1. Diagram IPA

1. Kuadran A (Prioritas Utama) merupakan atribut atau pertanyaan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan Bank BJB, pertanyaan yang berada dalam kuadran ini penanganannya harus di prioritaskan oleh Bank BJB, karena faktor inilah yang dinilai sangat penting oleh pelanggan, sedangkan jasa yang diberikan dinilai belum memuaskan. Adanya atribut yang termasuk yaitu atribut 1, 11 dan 12 yaitu Tampilan *mobile banking* jelas kurang jelas atau dimengerti pelanggan, kurang memberikan perhatian dengan tulus saat terjadinya gangguan atau masalah dalam aplikasi BJB *mobile* dan sulit menghubungi layanan *call center* ketika akan melakukan pengaduan.
2. Kuadran B (pertahankan Prestasi) merupakan atribut yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, berada dalam kuadran ini perlu dipertahankan oleh Bank BJB Cabang Tangerang karena pada umumnya pelaksanaannya telah sesuai dengan harapan pelanggan, sehingga dapat memuaskan pelanggan. Adapun atribut yang termasuk dalam kuadran 2 ini adalah pertanyaan nomor 2, 5, 6, 9 dan 10 yaitu *mobile banking* mudah digunakan, dapat digunakan dimanapun oleh pelanggan, tidak perlu mengantri pada transaksi , keamanan data transaksi dan dapat dijaga kerahasiaanya.
3. Kuadran C (Prioritas Rendah) merupakan atribut atau pertanyaan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, berada dalam kuadran ini dinilai tidak begitu penting bagi pelanggan dan pelaksanaannya dinilai biasa saja. Adapun atribut yang termasuk dalam ini adalah pertanyaan nomor 3, 4 dan 7 yaitu Animasi, grafis tidak memperlambat proses transaksi, dapat digunakan 24 jam dan keluhan ditanggapi dengan cepat.



4. Kuadran 4 (berlebihan) merupakan atribut atau pertanyaan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam pelaksanaannya. Terutama disebabkan karena pelanggan menganggap atribut yang tidak terlalu penting, akan tetapi pelaksanaannya dilakukan dengan sangat baik pada layanan aplikasi BJB *mobile* sehingga memuaskan, adapun atributnya 8 yaitu Memberikan informasi yang jelas dan mudah dipahami.

Dilihat dari 5 dimensi pelayanan masih terdapat nilai Gap sebesar -0,01, gap ini terjadi akibat tidak terpenuhinya harapan pelanggan dengan kualitas layanan aplikasi *mobile banking* BJB yang diterima pelanggan Bank BJB Cabang Tangerang.

4. KESIMPULAN

Kualitas layanan aplikasi *mobile banking* pada nasabah BJB Cabang Tangerang dapat diukur dengan *Importance Performance Analysis* dan 5 dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*. Layanan aplikasi *mobile banking* BJB masih terdapat keluhan dan ketidakpuasan pelanggan, dikarenakan masih sering terjadi *maintenance* pada aplikasi BJB *Mobile* sehingga menyebabkan transaksi pelanggan terganggu dan mengalami gagal transaksi. Selain hal tersebut, pada saat proses pengaduan ketika terjadinya gagal transaksi, tanggapan yang diberikan oleh pihak Bank harus melalui proses yang panjang dan lama. Berdasarkan hasil perhitungan angket atau kuesioner yang disebarakan melalui *google form* kepada pelanggan BJB Cabang Tangerang, *Assurance* memiliki nilai gap paling rendah yaitu -0,01 menjadikan *assurance* sebagai peringkat 1, *reliability* memiliki nilai gap -0,02 menjadikan *reliability* sebagai peringkat 2, *responsiveness* memiliki nilai gap -0,06 menjadikan *responsiveness* sebagai peringkat 3, *tangible* memiliki nilai gap -0,11 menjadikan *tangible* sebagai peringkat 4, dan *empathy* memiliki nilai gap -0,31 menjadikan *empathy* sebagai peringkat 5 dalam dimensi kualitas pelayanan BJB Cabang Tangerang. Dapat dikatakan kualitas layanan aplikasi *mobile banking* pada nasabah BJB Cabang Tangerang masih belum maksimal dalam memberikan kepuasan terhadap pelanggan.

REFERENCES

- [1] B. C. Adyanto and S. B. Santosa, "PENGARUH KUALITAS LAYANAN, BRAND IMAGE, HARGA DAN KEPERCAYAAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi layanan E-commerce Berrybenka.com)," *Diponegoro J. Manag.*, vol. 7, no. 1, pp. 1–20, 2018, [Online]. Available: <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php>
- [2] M. I. Rosyid, M. Ariyanti, and K. Kusumahadi, "Pengaruh E-Servqual dan Kepuasan Pengguna Mobile Banking (M-Banking) Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank BCA Di Bandung," *E-Proceeding Manag.*, vol. 6, no. 3, pp. 5557–5566, 2019.
- [3] M. Kholil, A. Agustina, and Tumin, "Analisis Kualitas Pelayanan dengan Metode Servqual untuk Meningkatkan Kepuasan Konsumen di PT. NGK Ceramics Indonesia," *Jurnal Ilmiah PASTI*, vol. V, pp. 48–63, 2018.
- [4] D. Gustiani, D. Putri, and S. B. Santoso, "ANALISIS PENGARUH KUALITAS JASA, NILAI YANG DIRASAKAN, CITRA MEREK MELALUI KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (Studi pada PT. Pos Indonesia (Persero))," *Diponegoro J. Manag.*, vol. 7, no. 1, pp. 1–13, 2018, [Online]. Available: <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- [5] A. S. Lubis and N. R. Andayani, "Pengaruh Kualitas Pelayanan (Service Quality) Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Sucofindo Batam," *J. Appl. Bus. Adm.*, vol. 1, no. 2, pp. 232–243, 2018, doi: 10.30871/jaba.v1i2.619.
- [6] K. L. K. Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*. 2018.
- [7] A. Kusumastuti and Ahmad Mustamil Khoiron, "Metode Penelitian Kualitatif," *Japanese circulation journal*, vol. 57, p. 248, 2019.
- [8] M. Ali, "Terhadap Kreativitas Guru Serta Dampaknya," vol. 1, no. 2, pp. 62–75, 2020.
- [9] SOFAR SILAEN, *METODOLOGI PENELITIAN SOSIAL UNTUK PENULISAN SKRIPSI DAN TESIS.pdf*. 2018.
- [10] R. HANDAYANI, *Metodologi Penelitian Sosial KT 12.pdf*. 2020.
- [11] K. Pramuaji and A. Loekmono, "Uji Validitas Dan Reliabilitas Alat Ukur Penelitian : Questionnaire Empathy," *J. Ilm. Bimbing. Konseling Undiksha*, vol. 9, no. 2, pp. 74–78, 2018, doi: 10.24036/XXXXXXXXXX-X.
- [12] F. H. Nugroho, I. W. Ningsih, E. Wahyuni, and I. Ahmaddin, "Analisis Pengaruh Pandemi Dan Pembelajaran Secara Daring Terhadap Prestasi Melalui Variabel Intervening Keadaan Ekonomi Mahasiswa Universitas Sangga Buana Ypkp Bandung," *J. EBI*, vol. 2, no. 2, pp. 11–19, 2020, doi: 10.52061/ebi.v2i2.18.
- [13] Prof. Dr. Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*. 2018.
- [14] F. Butarbutar and H. Susiyanto, "AKADEMIK DENGAN PENDEKATAN METODE SERVQUAL DAN QFD (Studi Kasus Fakultas Teknik Universitas Krisnadwipayana)," vol. 21, no. 2, pp. 44–52, 2018.
- [15] D. A. Liani, M. Fikry, and M. J. Hutajulu, "Analisa Metode Webqual 4.0 dan Importance-Performance Analysis (IPA) Pada Kualitas Situs Detik.com," *J. Ilm. Merpati (Menara Penelit. Akad. Teknol. Informasi)*, vol. 8, no. 1, p. 34, 2020, doi: 10.24843/jim.2020.v08.i01.p04.
- [16] E. Yulianti and T. Umbara, "4.Jurnal Penelitian Terdahulu 1330-3364-2-Pb Metode Ipa," vol. 8, no. 2, pp. 78–86, 2020, doi: 10.21063/jtif.2020.v8.2.78-86.