

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

TINJAUAN PUSTAKA

Dalam penelitian dan kajian teori ini yang berkaitan dengan masalah. Adapun teori yang diambil dari jurnal, buku, literatur dan internet. Diantaranya yaitu:

Tabel 2.1 Daftar Pustaka

NO	Penulis	Judul	Metode	Hasil
1	Nadiatul Khaira, Hanifa Muslimah Az-Zahra Alfi Nur Rusydi (2020)	Analisis pengalaman pengguna pada aplikasi Mobile Banking dengan metode UX Curve (Studi kasus: BRI Mobile Banking)	Initial Qoustionnai re curve drawing Tamplete, dan Final Questionairr e, kuisoner.	Bahwa aspek yang paling berpengaruh terhadap perubahan pengalaman pengguna aplikasi BRI Mobile Banking adalah aspek usability
2	Dini Andini	Analisis Kepuasan Pengguna Terhadap Layanan Aplikasi Brimo Menggunakan Mobile Service Quality dengan Metode CSI	CSI	Pada perhitungan metode Customer Satisfaction Index (CSI) didapatkan nilai hasil persentase kepuasan pelanggan sebesar 81,33%, jika dilihat menurut skala CSI hasil tersebut dikategorikan bahwa pelanggan merasa "Sangat Puas"

Tabel 2.2 lanjutan table 2.1

3	Zaenal Arifin	Analisis kualitas pelayanan online menggunakan metode e-service quality	Kuisoner	bahwa pengguna sudah merasa mendapatkan pelayanan yang baik. Dengan rata-rata nilai expectation sebesar 3,54 artinya pengguna berpendapat layanan yang diberikan Traveloka sangat penting. Untuk rata-rata nilai performance sebesar 3,35 artinya pelayanan yang diberikan dirasa sudah sangat baik. Namun kualitas pelayanan pada Traveloka belum dapat memenuhi harapan pengguna,
4	Wayan Gede Suka Parwita I Gusti Ayu Agung Diatri Indradewi Made Suci Ariantini	Penerapan Metode E-Service Quality Terhadap Pengukuran Tingkat Kepuasan Penggunaan Marketplace	Kuisoner	Hasil bahwa masyarakat sudah puas dengan penggunaan, pemanfaatan serta kehadiran marketplace atau e-commerce dan masyarakat sudah mendapatkan kemudahan terhadap penggunaannya
5	Lusiana Marlina	Analisis kesuksesan aplikasi brimo	Delone and mclean	Hasil untuk analisis ini condong terhadap kesuksesan dengan alasan yang memenuhi kepuasan pengguna aplikasi Brimo
6	Dimas Setiaki	Analisis minat nasabah menggunakan aplikasi brimo dengan metode e-service quality	Service quality	

Dasar Teori

Metode E-Servie Quality

Menurut (AM Rezza dkk, 2022) *servqual* adalah sebuah metode atau model yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry pada tahun 1980-an untuk mengukur persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang mereka terima. Metode ini membandingkan harapan pelanggan dengan persepsi mereka tentang kinerja aktual penyedia layanan dalam lima dimensi utama, yaitu reliabilitas (keandalan), daya tanggap, kepastian, empati, dan bukti fisik. Melalui perbandingan ini, *servqual* membantu dalam mengidentifikasi kesenjangan antara harapan dan kenyataan, yang dapat memberikan wawasan tentang area-area yang perlu diperbaiki atau ditingkatkan dalam pelayanan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Metode *servqual* menggunakan survei atau kuisioner untuk mengumpulkan data dari pelanggan mengenai harapan mereka terhadap pelayanan dan persepsi mereka tentang kinerja aktual dalam lima dimensi tersebut. Skala penilaian digunakan untuk menilai tingkat kepentingan dan tingkat kinerja atribut-atribut pelayanan. Hasil dari metode *servqual* dapat memberikan informasi yang berharga bagi organisasi untuk mengidentifikasi area yang membutuhkan perbaikan, merancang strategi perbaikan, dan meningkatkan kepuasan pelanggan serta kualitas pelayanan secara keseluruhan. Menurut AM Rezza dkk.(2022) Pengujian metode *servqual* melibatkan beberapa tahap untuk memastikan kehandalan, validitas, dan kualitas hasil yang diperoleh. Berikut adalah beberapa tahapan yang biasanya dilakukan dalam pengujian metode *servqual*:

a. Pengembangan Instrumen

Tahap awal dalam pengujian metode *E-Service Quality* adalah mengembangkan instrumen survei atau kuesioner yang akan digunakan untuk mengumpulkan data dari pelanggan. Instrumen tersebut harus mencakup pertanyaan-pertanyaan yang relevan dengan lima dimensi *E-Service Quality* (reliabilitas, daya tanggap, kepastian, empati, dan bukti fisik). Pengembangan instrumen ini harus didasarkan pada teori dan kerangka konseptual *E-Service Quality*.

b. Uji validitas dan reliabilitas

Setelah instrumen dikembangkan, tahap berikutnya adalah menguji validitas dan reliabilitasnya. Validitas berkaitan dengan sejauh mana instrumen dapat mengukur apa yang sebenarnya ingin diukur, yaitu kualitas pelayanan.

Reliabilitas berkaitan dengan keandalan dan konsistensi instrumen dalam menghasilkan hasil yang sama jika diujikan dalam situasi yang sama. Uji validitas dan reliabilitas dapat dilakukan melalui uji coba terbatas dengan sampel kecil atau menggunakan metode statistik seperti analisis faktor, analisis reliabilitas, atau uji validitas konvergen dan divergen.

c. Pengumpulan data

Setelah instrumen diuji dan disempurnakan, tahap berikutnya adalah pengumpulan data yang melibatkan pemberian kuesioner kepada sampel pelanggan yang representatif. Pengumpulan data dapat dilakukan melalui survey online, wawancara telepon, atau pengisian kuesioner secara langsung.

d. Analisis Data

Setelah data terkumpul, langkah selanjutnya adalah menganalisis data yang diperoleh. Analisis data dalam metode *E-Service Quality* melibatkan perhitungan skor harapan dan skor persepsi pelanggan untuk setiap dimensi. Selanjutnya, dilakukan perhitungan kesenjangan (perbedaan antara skor harapan dan skor persepsi) untuk masing-masing dimensi serta perhitungan skor rata-rata kesenjangan. Analisis statistik lainnya, seperti uji t, uji ANOVA, atau analisis regresi, juga dapat digunakan untuk mendapatkan wawasan lebih lanjut.

e. Interpretasi hasil

Tahap terakhir adalah menginterpretasikan hasil yang diperoleh dari analisis data. Hasil tersebut dapat memberikan informasi tentang kekuatan dan kelemahan dalam pelayanan yang diberikan, serta mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki atau ditingkatkan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Pengujian metode *E-Service Quality* adalah proses iteratif di mana instrumen dan analisis dapat disesuaikan dan disempurnakan berdasarkan temuan dan umpan balik yang diperoleh dari pelanggan.

Kepuasan Pelanggan

Menurut Rio Sasongko dkk.(2021) kepuasan pelanggan telah menjadi konsep utama dalam bisnis dan manajemen. Pelanggan menjadi fokus utama dalam pembahasan tentang kepuasan dan kualitas pelayanan. Sebagai hasilnya, pelanggan cenderung lebih puas dengan produk atau layanan yang diberikan oleh perusahaan. Selain itu, kepuasan pelanggan adalah hasil dari perbandingan antara harapan pelanggan sebelum pembelian dan pengalaman yang sebenarnya mereka dapatkan

dari produk tersebut. Dari definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan, dari perspektif pelanggan sendiri, terkait dengan pengalaman yang mereka rasakan dari pelayanan yang diberikan, dibandingkan dengan harapan mereka. Pada dasarnya, tujuan setiap bisnis adalah mempertahankan pelanggan yang puas. Hal ini memiliki beberapa manfaat, termasuk komunikasi yang lebih baik antara bisnis dan pelanggan, serta hasil yang lebih baik.

Kualitas Layanan

Menurut Septiani dkk.(2020) Kualitas adalah suatu karakteristik yang membedakan dari produk, layanan, proses, atau lingkungan yang mengurangi atau menghilangkan risiko. Definisi lain dari kualitas adalah suatu keadaan yang disebabkan oleh karakteristik yang berkaitan dengan pengurangan persyaratan. Kualitas seringkali didefinisikan sebagai ukuran relatif dari peningkatan desain dan fungsionalitas suatu produk atau layanan. Kemajuan teknologi dalam era modern membuat manajemen dan pendidikan pelanggan menjadi lebih sulit. Kualitas pelayanan adalah kebutuhan yang harus dipenuhi oleh setiap bisnis agar dapat berkembang dan mempertahankan kepercayaan pelanggan. Pola konsumsi dan gaya hidup pelanggan menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan berkualitas tinggi. Kualitas ditentukan tidak hanya oleh kedekatan penyedia layanan, tetapi juga oleh kedekatan pelanggan.

Hal ini dikarenakan pelanggan melakukan pembelian.

Tujuan pengukuran kualitas

Menurut Agung dkk.(2020) Pengukuran kualitas memiliki peranan yang penting bagi perusahaan, baik dalam produk maupun jasa. Berikut adalah beberapa tujuan dari pengukuran kualitas jasa yang perlu dipahami

a. Pengukuran kualitas jasa diperlukan untuk mengukur dan memahami pencapaian aktual dari visi, misi, dan tujuan organisasi penyelenggara layanan. Dengan melakukan pengukuran, organisasi dapat mendeteksi capaian yang sebenarnya dan memahami apa yang telah dicapai serta yang belum tercapai. Hal ini membantu organisasi dalam menetapkan sasaran perbaikan yang jelas.

b. Pengukuran kualitas jasa tidak hanya penting untuk mengevaluasi pencapaian, tetapi juga untuk memastikan standar kerja, pola kerja, dan proses pelayanan yang berlangsung. Melalui pengukuran, organisasi dapat mengetahui apakah standar yang ditetapkan dapat dijalankan dengan baik dalam operasional, efektivitas dan efisiensi penggunaan sumber daya, serta ketaatan dan komitmen para pelaksana sesuai dengan orientasi layanan. Data dan informasi yang diperoleh dari pengukuran memberikan pemahaman yang tepat bagi organisasi untuk melakukan pembelajaran dan pengembangan.

c. Organisasi perlu mengetahui persepsi semua pihak yang terlibat, terutama pengguna layanan, terhadap organisasi. Pengukuran ini penting karena seringkali persepsi yang dikembangkan oleh organisasi penyedia layanan dapat berbeda atau bertentangan dengan persepsi pengguna. Oleh karena itu, pengukuran dilakukan untuk menilai persepsi keberhasilan organisasi menurut pengguna.

Populasi dan sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2010:117).

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi.

Dalam penelitian ini penulis menghitung ukuran sampel menggunakan teknik Slovin menurut Sugiyono (2011:87).

Rumus Slovin untuk menentukan sampel adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1+N.e^2} \quad (2.1)$$

Keterangan: n = Ukuran sampel/jumlah responden n = Ukuran populasi e = Persentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditolerir; e = 0,1

Dalam rumus *slovin* ada ketentuan sebagai berikut:

Nilai e = 0,1 (10%) untuk populasi dalam jumlah besar Nilai e = 0,2 (20%) untuk populasi dalam jumlah kecil

Jadi rentang sampel yang dapat diambil dari teknik *slovin* adalah antara 10-20 % dari populasi penelitian.

Isntrumen penelitian

Instrumen yang digunakan untuk memperoleh data dalam penelitian ini adalah dengan memberikan kuesioner mengenai Minat nasabah menggunakan aplikasi Brimo Di kabupaten Klaten. Kuesioner yang diberikan berbentuk tabel dimana responden diminta untuk memberikan tanda checklist (✓) dalam kolom yang

disediakan sesuai dengan alternatif jawaban yang dipilih. Alternatif jawaban pada kolom menggunakan skala likert.

Yang menerangkan : Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Netral (N), Setuju (S), Sangat Setuju (SS).

Metode pengumpulan data yang penulis lakukan dalam penelitian skripsi ini adalah sebagai berikut:

a. Kuisisioner

Penulis melakukan penyebaran kuisisioner dimaksudkan untuk mendapatkan data umum mengenai konsumen, untuk mendapatkan data variable perspektif yang mempengaruhi minat nasabah menggunakan BRImo. Penyebaran kuisisioner menggunakan pertanyaan semi terbuka, dimana pertanyaan yang disediakan pilihan jawabannya tetapi masih ada kemungkinan bagi responden untuk memberikan jawaban yang sesuai dengan keadaan pengguna.

b. Studi Pustaka

Penulis melakukan studi pustaka dengan mengumpulkan data literatur literatur yang dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya pada buku ilmiah, jurnal dan lainnya

Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat

(Azwar & Saifuddin, 2009). Adapun langkah-langkah yang perlu dilakukan dalam pengujian validitas secara perhitungan software SPSS adalah sebagai berikut :

- a. Jika koefisien korelasi Product moment melebihi 0,5
- b. Jika koefisien korelasi product moment $> r$ -tabel (α ; $n-2$), = jumlah sampel
- c. Nilai Sig. $\leq \alpha$

Maka rumus yang bisa digunakan untuk uji validitas menggunakan teknik korelasi product moment:

$$r \text{ hitung} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X) \cdot (\sum Y)}{\sqrt{\{n \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2\} \cdot \{n \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangannya adalah : n

= Jumlah responden

X = Skor variabel (jawaban responden) Y = skor variabel untuk responden

Ui reliabilitas

Reliabilitas adalah untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran relatif sama apabila pengukuran tersebut dilakukan beberapa kali dengan menggunakan alat pengukur yang sama (Dwi, 2016). Selain itu, suatu instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai *Alpha Cronbach* lebih besar dari 0,600. Dalam menghitung reliabilitas, penulis menggunakan *Alpha Cronbach*

Uji T hipotesis

Uji t bertujuan untuk menguji apakah variabel independen secara parsial atau individual terhadap variabel dependen. Uji t tersebut dapat dilihat dari nilai signifikansi yang dihasilkan, jika nilai signifikansi yang dihasilkan menunjukkan $P < 0,05$ Maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel independen. Cara lain adalah dengan membandingkan t hitung dengan t tabel. Jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$, maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Latan dan Tamalagi,2013).