

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)**

Refi Alma Sukmawati, Widya Sastika, S.T., M.M,

Manajemen Pemasaran, Fakultas Ilmu Terapan, Telkom university

Jalan Telekomunikasi no 1 Terusan Buah Batu Bandung 40257 Indonesia

refifariyadi69@gmail.com

wiedyasastika@tass.telkomuniversity.ac.id

Abstract - The Bank is one of the financial institutions whose main activities are to conduct transactions and collect funds from the public in the form of deposits, namely savings, demand deposits and deposits as well as channeling funds to the public in the form of credit, and other forms of bank services. One type of banking that contributes to building and driving the economy in an area is the Regional Development Bank (BPD). PT West Java Regional Development Bank and Banten, Tbk is one type of Regional Development Bank in West Java and Banten. Technological developments are utilized by companies in Indonesia, one of them is the West Java Regional Development Bank and Banten (bjb). The number of internet users in Indonesia in 2016 reached 132.7 million, equivalent to 51.7% of the population which was 256.2 million. One form of public service provided by the Bank of West Java and Banten (bjb) by using the developing technology is Bjb Digi Mobile Banking service to facilitate customers in making transactions.

The existence of Bjb Digi Mobile Banking will facilitate financial transactions of Bank BJB customers, but based on complaints that are on the Google Play Store, users of BIBB Digi complain of some malfunctioning features as they should. This study aims to analyze the application of E-Service Quality to determine Customer Satisfaction in Bjb Digi Mobile Banking Application. Types of Quantitative Research with Descriptive Methods. The sampling method uses Purposive Nonprobability Sampling and Sampling. The population of this study were customers of Bank of West Java and Banten who used Bjb Digi Mobile Banking application. Data collection with questionnaire and observation methods. Data analysis techniques use Descriptive Analysis and use the Importance Performance Analysis Method and Customer Satisfaction Index.

Calculation of Expectation and Reality Results on E - Service Quality of Bjb Digi Mobile Banking Application is 89% and 84.14% shows that they are in Very Important and Very Good positions. Customer Satisfaction Index Calculation Results show 84.10% of consumers are very satisfied with the Bjb Digi Mobile Banking application According to the Importance Performance Analysis Results, the E-Service Quality aspect that needs to be improved is the maintenance of the application system, the process of entering data, the speed of transactions, and the smooth running of the commission.

Keywords: *E - Service Quality, Customer Satisfaction, Bjb Digi, Importance Performance Analysis, Service Customer Index.*

Abstrak - Bank adalah salah satu lembaga keuangan yang kegiatan utamanya melakukan transaksi dan menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan yaitu tabungan, giro maupun deposito serta menyalurkan dana kepada masyarakat dalam bentuk kredit, dan bentuk-bentuk jasa bank lainnya. Salah satu jenis perbankan yang berkontribusi dalam membangun dan menggerakkan perekonomian disuatu daerah adalah Bank Pembangunan Daerah (BPD). PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten, Tbk merupakan salah satu jenis Bank Pembangunan Daerah di wilayah Jawa Barat dan Banten. Perkembangan teknologi dimanfaatkan oleh perusahaan di Indonesia, salah satunya Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten (bjb). Jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun

2016 mencapai 132,7 juta atau setara 51,7% terhadap populasi yang 256,2 juta jiwa. Salah satu bentuk layanan publik yang diberikan oleh Bank Jawa Barat dan Banten (bjb) dengan menggunakan Teknologi yang sedang berkembang adalah layanan Mobile Banking Bjb Digi untuk mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi.

Adanya *Mobile Banking* Bjb Digi akan mempermudah transaksi keuangan nasabah Bank bjb, namun berdasarkan komplain yang ada pada google play store, pengguna bjb Digi mengeluhkan beberapa fitur yang tidak berfungsi sebagaimana mestinya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan dari *E-Service Quality* untuk mengetahui Kepuasan Pelanggan pada Aplikasi Mobile Banking Bjb Digi. Jenis Penelitian Kuantitatif dengan metode Deskriptif. Metode sampling menggunakan Nonprobability Sampling dan Sampling Purposive. Populasi penelitian ini adalah nasabah Bank Jawa Barat dan Banten yang menggunakan aplikasi Mobile Banking Bjb Digi. Pengumpulan data dengan metode kuesioner dan observasi. Teknik Analisis data menggunakan Analisis Deskriptif dan menggunakan Metode *Importance Performance Analysis* dan *Customer Satisfaction Index*.

Hasil Perhitungan Tingkat Harapan dan Kenyataan pada E – Service Quality Aplikasi Mobile Banking Bjb Digi sebesar 89% dan 84,14% menunjukkan berada di posisi Sangat Penting dan Sangat Baik. Hasil Perhitungan Customer Satisfaction Index menunjukkan 84,10% konsumen sangat puas dengan aplikasi Mobile Banking Bjb Digi Menurut Hasil *Importance Performance Analysis*, aspek *E – Service Quality* yang perlu diperbaiki yaitu pemeliharaan sistem aplikasi, proses memasukkan data, kecepatan transaksi, dan kelancaran komisi.

Kata Kunci : *E – Service Quality, Kepuasan Pelanggan, Bjb Digi, Importance Performance Analysis, Service Customer Index.*

I. PENDAHULUAN

Kegiatan perekonomian di suatu negara tidak terlepas dari transaksi keuangan. Bank adalah salah satu lembaga keuangan yang kegiatan utamanya melakukan transaksi dan menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan yaitu tabungan, giro maupun deposito serta menyalurkan dana kepada masyarakat dalam bentuk kredit, dan bentuk-bentuk jasa bank lainnya. Peranan bank sangatlah penting bagi perekonomian suatu negara dalam hal mendukung pembangunan, karena pembangunan ekonomi di suatu negara sangat bergantung kepada dinamika perkembangan dan kontribusi nyata dari sektor perbankan (Levine dalam Widjojo, 2010:42) Dengan kata lain, bank merupakan lembaga yang berperan sebagai perantara keuangan yaitu sebagai perantara antara pihak yang kelebihan dana dan pihak yang kekurangan dana dengan prinsip kepercayaan yang diatur dalam pasal 29 ayat (4), UU No 10 Tahun 1998.

Berdasarkan data yang dipublish oleh Direktori Perbankan Bank Indonesia di website www.bi.go.id, Indonesia memiliki 4 Bank Umum Persero, 35 Bank Umum Swasta Devisa, 30 Bank Umum Swasta Nasional

non Devisa, 15 Bank Campuran, 10 kantor cabang Bank Asing, dan terdapat 26 Bank Pembangunan Daerah.

Persaingan jasa Perbankan yang semakin meningkat, membuat perbankan berusaha untuk mempertahankan nasabah agar tetap loyal terhadap perusahaan. Salah satu cara dalam mempertahankan nasabah adalah dengan memberikan pelayanan semaksimal mungkin dan membuat nasabah nyaman dalam melakukan transaksi perbankan. Perkembangan teknologi saat ini mempermudah masyarakat dalam mendapatkan informasi, melakukan transaksi jual beli, melakukan komunikasi, dan mendapatkan kebutuhan social.

Bjb Digi merupakan aplikasi *mobile banking* yang dimiliki oleh Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten (bjb). Bjb digi adalah aplikasi mobile yang terintegrasi pada smartphone berbasis sistem operasi Android, Blackberry, dan iOS. Bjb Digi ini sebagai bentuk rebranding untuk layanan perbankan elektronik yang dimiliki Bank bjb. Aplikasibjb digi memiliki fitur pelayanan yang ada didalamnya, seperti bjb sms, bjb Net, bjb Call, dan bjb Info. Bjb digi dibuat untuk mempermudah transaksi nasabah Bank Jawa Barat dan Banten (BJB).

Berdasarkan keluhan dari pengguna bjb digi diatas berupa isi keluhan tentang bjb digi, seperti “kenapa dialihkan ke browser untuk informasi, sama aja bohong”, lalu “ribet! Harus pake kode-kode segala”, atau “transfe tidak berhasil tapi saldo kepotong gimana nih????” hal tersebut membuktikan bahwa aplikasi bjb digi belum memenuhi kebutuhan nasabah Bank bjb.

Banyaknya keluhan mengenai pelayanan yang terdapat pada bjb digi dan mengingat pentingnya kualitas pelayanan terhadap transaksi yang dilakukan nasabah pada bjb digi dan guna untuk mempertahankan loyalitas nasabah serta memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah, maka penulis ingin meneliti lebih lanjut *E-Service Quality* dari *Mobile Banking* Bjb Digi dalam rangka meningkatkan kepuasan pelanggan dengan judul “***E-Service Quality BJB Digi Applications PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten, Tbk (bjb) (Studi Kasus Pada Konsumen Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Kota Bandung 2018)*** “

Rumusan Masalah :

- 1) Bagaimana Harapan Pengguna pada Penerapan *E-Service Quality* dari *Mobile Banking* Bjb Digi ?
- 2) Bagaimana Kinerja Perusahaan dalam Penerapan *E-Service Quality* dari *Mobile Banking* Bjb Digi?
- 3) Bagaimana Kepuasan Pelanggan dalam menggunakan *Mobile Banking* Bjb Digi?
- 4) Aspek Apa saja yang perlu diperbaiki untuk meningkatkan *E – Service Quality* pada *Mobile Banking* Bjb Digi?

Tujuan Penelitian :

- 1) Untuk mengetahui harapan pengguna pada Penerapan *E – Service Quality* yang dilakukan Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten (Bjb) pada Aplikasi BJB Digi

- 2) Untuk mengetahui kinerja perusahaan dalam menerapkan *E –Service Quality* dari *mobile banking* Bjb Digi
- 3) Untuk mengetahui Kepuasan Pelanggan dari pengguna *mobile banking* Bjb Digi
- 4) Untuk mengetahui aspek yang perlu diperbaiki untuk meningkatkan *E– Service Quality* dari *mobile banking* Bjb Digi

II. TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Pemasaran

Menurut Kotler and Keller (2016:164) kualitas produk adalah kemampuan suatu barang yang memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan.

Pengertian Jasa

Gronross dalam (Tjiptono dan Chandra, 2016:13) mendefinisikan jasa adalah proses yang terdiri atas serangkaian aktivitas intangible yang biasanya (namun tidak harus selalu) terjadi pada interaksi antara pelanggan dan karyawan jasa dan atau sumber daya fisik atau barang dan atau sistem penyedia jasa, yang disediakan sebagai solusi atas masalah pelanggan.

Pengertian Pemasaran Jasa

Menurut Kotler & Keller dalam Tjiptono (2014:26) Jasa dapat didefinisikan sebagai “Setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat intangible (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu”.

Pengertian Kualitas Layanan

Tjiptono dalam Ardiyanto (2015) menjelaskan bahwa kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Salah satu cara untuk menciptakan kualitas pelanggan adalah yaitu melalui

peningkatan kualitas, karena pelanggan adalah fokus utama ketika mengungkapkan kepuasan dan kualitas jasa.

Pengertian E-Service Quality

E-Service Quality yang dikenal sebagai *E-ServQual* merupakan versi terbaru dari *Service Quality (ServQual)*. *E-ServQual* dikembangkan untuk mengevaluasi suatu pelayanan yang diberikan pada jaringan internet. Menurut Zeithaml et al., dalam (Tjiptono dan Chandra, 2016:176) *E-ServQual* adalah model kualitas jasa online yang paling komprehensif dan integratif. Dikarenakan dimensi yang dikemukakan Zeithaml et al., relevan dan secara menyeluruh memenuhi kebutuhan untuk mengevaluasi kualitas jasa elektronik.

Zeithaml et al., dalam (Tjiptono dan Chandra, 2016:176), bahwa terdapat 7 dimensi *E-Service Quality* yang secara ringkas dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a. **Efficiency** merupakan kemampuan pelanggan untuk mengakses website, mencari produk atau jasa yang diinginkan, dan informasi yang berkaitan mengenai produk atau layanan tersebut, juga meninggalkan situs yang bersangkutan dengan maintenance minimal
- b. **Fulfillment** mencakup akurasi janji layanan, ketersediaan produk atau fitur dan layanan, juga pengiriman produk sesuai dengan waktu yang dijanjikan.
- c. **Reliability** berkenaan dengan fungsionalitas teknis situs bersangkutan, khususnya sejauh mana situs tersebut tersedia dan berfungsi sebagaimana mestinya.
- d. **Privacy** berupa jaminan bahwa data perilaku atau akun pribadi pengguna terjaga dan terlindungi informasi dan keamanannya.
 - a. **Responsiveness** merupakan penanganan efektif atas masalah konsumen. Layanan yang cepat dapat memberikan rasa yang lebih nyaman bagi konsumen dalam melakukan pembelian secara online.

- e. **Compensation** meliputi pengembalian ulang, reward atau komisi, biaya pengiriman, biaya penanganan produk atau juga bisa biaya penanganan akun user dalam aplikasi, dan lain – lain.
- f. **Contact** mencerminkan kebutuhan pengguna untuk bisa berbicara dengan staff layanan pelanggan secara online atau melalui telepon (dan bukan berkomunikasi dengan mesin).

Kepuasan Pelanggan

Menurut Howard & Sheth dalam Tjiptono (2014:353) menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan adalah situasi kognitif pembeli berkenaan dengan kesepadanan atau ketidaksepadanan antara hasil yang di dapatkan dibandingkan dengan pengorbanan yang dilakukan.

IPA (Importance Performance Analysis)

Metode *Importance Performance Analysis (IPA)* diperkenalkan oleh Martilla dan James pada tahun 1977 dengan tujuan untuk mengukur hubungan antara persepsi konsumen dan prioritas peningkatan kualitas produk/jasa yang dikenal sebagai quadrant analysis (Brandt, 2015).



Importance Performance Analysis Matrix yang terangkun pada Gambar 2.1 terdiri dari 4 kuadran yaitu :

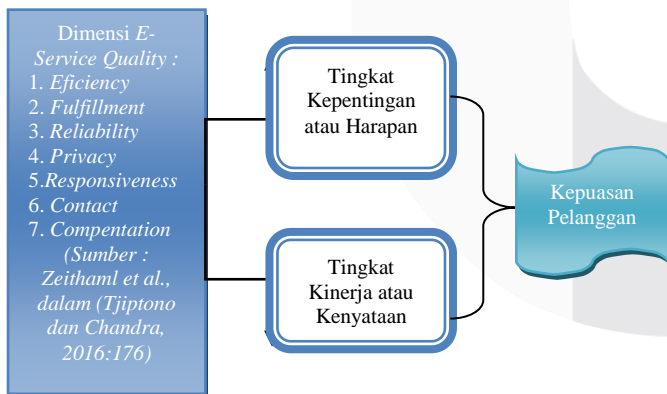
- a. Kuadran A menunjukkan variabel yang dianggap mempengaruhi kepuasan konsumen dan dianggap sangat penting, tetapi perusahaan belum dapat melaksanakan sesuai keinginan konsumen.

- b. Kuadran B menunjukkan variabel yang telah berhasil dilaksanakan perusahaan, untuk itu wajib dipertahankan. Dianggap sangat penting untuk memuaskan konsumen.
- c. Kuadran C menunjukkan variabel yang dianggap kurang penting dan kurang memuaskan konsumen.
- d. Kuadran D menunjukkan variabel yang memuaskan, tetapi pelaksanaannya terlalu berlebihan dan dianggap kurang penting oleh konsumen.

CSI (*Customer Satisfaction Index*)

Menurut Suryawan dan Dharmayanti (2013), kepuasan pelanggan (*Customer Satisfaction*) ditentukan oleh persepsi pelanggan atas *performance* (kinerja) produk atau jasa dalam memenuhi harapan pelanggan. Pelanggan akan merasa puas apabila harapannya terpenuhi atau jika harapannya terlampaui. Tingkat kepuasan pelanggan tersebut dapat diukur dengan suatu metode yang dinamakan *Customer Satisfaction Index*(CSI).

Kerangka Pemikiran



digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Menurut Siregar (2014:15), metode deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independent) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan antara satu variabel yang lain. Pendekatan yang dilakukan dalam pengumpulan data adalah survey karena populasi yang diambil merupakan populasi besar dan data yang dipelajari diambil dari data sampel yang diambil dari populasi.

Skala Pengukuran

Menurut Sugiyono (2015:164), skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Skala instrumen yang digunakan dalam desain pengukuran penelitian ini adalah skala Likert yang dimana menurut Sugiyono (2015:165), skala Linkert digunakan untuk mengembangkan instrumen yang digunakan untuk mengukur sikap, persepsi, dan pendapat seseorang atau sekelompok orang terhadap potensi dan permasalahan suatu objek, rancangan suatu produk, proses membuat produk dan produk yang telah dikembangkan atau diciptakan.

Skala Likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata seperti pada tabel 3.2 dibawah ini :

III. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan penulis adalah metode deskriptif kuantitatif Menurut Sugiyono (2014:35-36), metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada sifat positivisme,

Skor Sakala Linkert

No	Jawaban	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Cukup Setuju (CS)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Namun, untuk menghindari ketidakpastian dalam hasil nanti atau bisa disebut dengan Error Central Tendency, dimana responden cenderung memilih jawaban netral, maka digunakan empat pilihan jawaban responden dengan menghilangkan jawaban “netral” dalam kuesioner (Sugiyono, 2013:93). Sehingga pilihan jawaban menjadi seperti yang ditunjukkan dalam Tabel 3.3 dan Tabel 3.4 sebagai berikut:

Skor Instrumen Kenyataan dan Harapan

No	Jawaban	Skor
1.	Sangat Baik	4
2.	Baik	3
3.	Tidak Baik	2
4.	Sangat Tidak Baik	1

Sumber : Sugiyono (2013:93)

Populasi

Sugiyono (2015:135), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Sampel

Sampel adalah anggota-anggota populasi yang terpilih untuk dilibatkan dalam penelitian, baik untuk diamati, diberi perlakuan, maupun diminta pendapat tentang yang sedang diteliti (Indrawati, 2015:164)..

Kriteria responden dalam penelitian ini adalah Nasabah yang menggunakan aplikasi *Mobile Banking* BJB Digi.

Karena Populasi Penelitian ini tidak diketahui maka untuk pengambilan jumlah sampel penulis menggunakan rumus Berneoulli (Siregar, 2013) :

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

Dalam penelitian ini digunakan tingkat ketelitian (α) 5%, tingkat kepercayaan 95%, sehingga diperoleh nilai $Z = 1,96$. Tingkat kesalahan ditentukan sebesar 10% Sementara itu, probabilitas kuesioner benar (diterima) atau ditolak (salah) masing – masing adalah 0,5. Dengan memasukkan kedalam persamaan rumus diatas maka diperoleh jumlah sampel minimum adalah :

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

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

Maka, jumlah sampel yang diambil sebesar 96 orang, kemudian penulis mengambil kesimpulan untuk menjadikan jumlah sampel nya sebesar 100 orang yang merupakan nasabah dari bank Jawa Barat dan Banten (BJB) yang menggunakan aplikasi *Mobile Banking* BJB Digi.

Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2014:168), uji validitas merupakan alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.

Rumus yang bisa digunakan untuk uji validitas dengan teknik korelasi product moment (Siregar, 2014:28), yaitu:

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan kelanjutan dari uji validitas, dimana item yang masuk pengujian adalah item yang valid saja. Metode yang sering digunakan dalam penelitian untuk mengukur skala rentangan (seperti

skala Likert 1-5) adalah Cronbach Alpha (Siregar, 2014:58).

Menurut Indrawati (2015:155), reliabilitas adalah menyangkut tingkat kepercayaan, keterandalan, konsistensi, atau kestabilan hasil suatu pengukuran. Reliabilitas merupakan salah satu ciri bahwa suatu instrumen pengukur baik.

Analisis Data Deskriptif

Untuk mengetahui persepsi nasabah mengenai dimensi *E-Service Quality* pada aplikasi *Mobile Banking* Bjb Digi, maka dilakukan pengukuran menggunakan kuesioner. Masing-masing pernyataan pada setiap indikator dari dimensi *E-Service Quality* disertai dengan empat kemungkinan jawaban yang harus dipilih dan sesuai dengan pendapat responden. Dari jawaban tersebut kemudian disusun kriteria penilaian untuk setiap item pertanyaan berdasarkan persentase

P8	0,744	0,361	Valid
P9	0,654	0,361	Valid
P10	0,542	0,361	Valid
P11	0,654	0,361	Valid
P12	0,759	0,361	Valid
P13	0,635	0,361	Valid
P14	0,684	0,361	Valid
P15	0,744	0,361	Valid
P16	0,704	0,361	Valid
P17	0,655	0,361	Valid
P18	0,594	0,361	Valid
P19	0,602	0,361	Valid
P20	0,658	0,361	Valid
P21	0,755	0,361	Valid

IV HASIL PENELITIAN

Hasil uji Validitas

Berikut adalah hasil uji validitas dari Harapan Pengguna *mobile ban*. Sambungan

Harapan Penerapan <i>E-Service Quality</i>			
Item	R Hitung	R tabel	Valid / Tidak Valid
P1	0,584	0,361	Valid
P2	0,619	0,361	Valid
P3	0603	0,361	Valid
P4	0,714	0,361	Valid
P5	0,676	0,361	Valid
P6	0,681	0,361	Valid
P7	0,425	0,361	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas pada harapan pernyataan *E-Service Quality* bjb digi oleh pengguna menyatakan bahwa semua pernyataan valid, hal ini dikarenakan masing-masing pernyataan r hitungnya lebih besar dari r tabel sehingga dapat digunakan sebagai item variabel.

Berikut adalah hasil uji validitas dari Kenyataan Pengguna *mobile banking* bjb digi

Kenyataan Penerapan <i>E-Service Quality</i>			
Item	R Hitung	R tabel	Valid / Tidak Valid
P1	0,586	0,361	Valid
P2	0,515	0,361	Valid
P3	0,547	0,361	Valid
P4	0,644	0,361	Valid
P5	0,639	0,361	Valid
P6	0,604	0,361	Valid
P7	0,675	0,361	Valid

Sambungan

P8	0,725	0,361	Valid
P9	0,659	0,361	Valid
P10	0,740	0,361	Valid
P11	0,627	0,361	Valid
P12	0,595	0,361	Valid
P13	0,625	0,361	Valid
P14	0,620	0,361	Valid
P15	0,589	0,361	Valid
P16	0,699	0,361	Valid
P17	0,688	0,361	Valid
P18	0,623	0,361	Valid
P19	0,609	0,361	Valid
P20	0,644	0,361	Valid
P21	0,513	0,361	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas pada kenyataan pernyataan *E-Service Quality* bjb digi oleh pengguna menyatakan bahwa semua pernyataan valid, hal ini dikarenakan masing-masing pernyataan r hitungnya lebih besar dari r tabel sehingga dapat digunakan sebagai item variabel.

HASIL UJI RELIABILITAS

Berikut merupakan hasil dari uji Reliabilitas Harapan pengguna *mobile banking* bjb digi

Cronbach's Alpha	Based on Standardized Items	N of Items
.923	.923	21

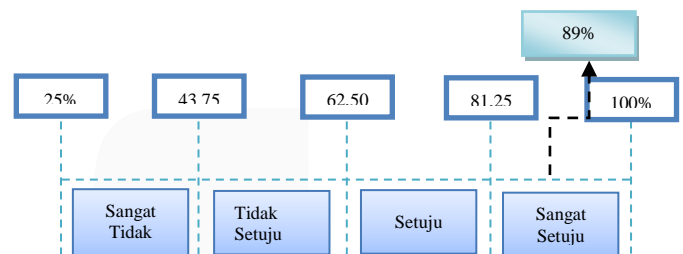
Berikut merupakan hasil dari uji Reliabilitas Kenyataan pengguna *mobile banking* bjb digi

Cronbach's Alpha	Based on Standardized Items	N of Items
.929	.933	21

ANALISIS DESKRIPTIF

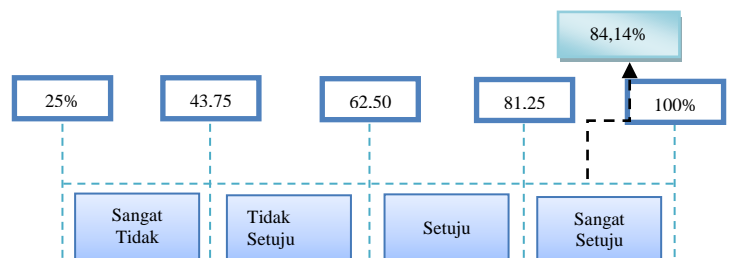
Tanggapan Responden Mengenai Harapan dan Kenyataan Penerapan E – Service Quality Mobile Banking BJB DIGI Application

Berikut adalah garis kontinum hasil dari tanggapan Responden mengenai Harapan Penerapan E-Service Quality Mobile Banking BJB DIGI Application.



Berdasarkan hasil perhitungan dari tanggapan Responden mengenai Harapan Penerapan E-Service Quality Mobile Banking BJB DIGI Application, dapat disimpulkan bahwa pengguna bjb digi sangat berharap kinerja dari aplikasi bjb digi sesuai yang mereka butuhkan.

Berikut adalah garis kontinum hasil dari tanggapan Responden mengenai Kenyataan Penerapan E-Service Quality Mobile Banking BJB DIGI Application.



Berdasarkan hasil perhitungan dari tanggapan Responden mengenai Kenyataan Penerapan E-Service Quality Mobile Banking BJB DIGI memberikan pelayanan atau kinerja dari aplikasi bjb digi sesuai yang pengguna butuhkan.

Hasil Penghitungan Customer Satisfaction Index (CSI)

Berikut hasil perhitungan dari Customer Satisfaction Index dari bjb Digi

$$CSI = \frac{T}{4Y} 100\%$$

$$CSI = \frac{251,51}{4 \times 74,76} 100\%$$

$$CSI = \frac{251,48}{299,04} 100\%$$

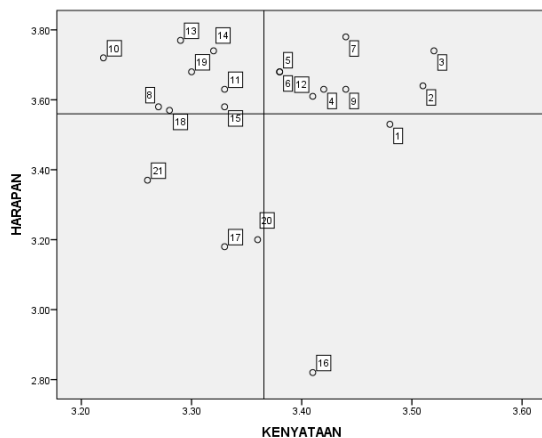
$$CSI = 84,10 \%$$

Berdasarkan hasil perhitungan rumus diatas telah didapat nilai dari Customer Satisfaction Index sebesar 84,10 %.



Lalu, setelah Penghitungan Customers Satisfaction Index, peneliti petakan kedalam kategori yang sudah ada. Ternyata, hasil dari 84,10 % berada di posisi antara 81,25% - 100% yang artinya Sangat Puas.

Hasil Penghitungan Importance Performance Analysis (IPA)



- Kuadran A (prioritas) adalah pihak PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten, Tbk perlu memperbaiki kinerja *Mobile Banking* BJB DIGI untuk meningkatkan kepuasan mitra atau konsumen.
- Hal diatas menjelaskan atribut pada kuadran B bahwa perusahaan telah memberikan pelayanan, fitur, serta akses untuk mempermudah transaksi nasabah di BJB DIGI *mobile banking* yang berjalan dengan baik dan sesuai harapan nasabah
- Untuk masalah seperti pada Kuadran C diatas penting bagi perusahaan untuk mempertimbangkan untuk informasi *call center* yang benar serta karyawan yang selalu stand by menghadapi masalah nasabah dan ditangani secepatnya.
- Berdasarkan keterangan pada kuadran D, BJB DIGI meningkatkan keamanan serta meyakinkan kepada nasabah bahwa mengenai kemudahan dan keamanan dalam bertransaksi melalui *mobile banking* BJB DIGI *Application*. Dengan adanya *mobile banking* BJB DIGI lebih memudahkan nasabah dalam bertransaksi serta kinerja karyawan bank bjb lebih efektif dan efisien

KESIMPULAN

Berdasarkan rumusan masalah pada penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

- Secara keseluruhan, harapan nasabah atas penggunaan *mobile banking* BJB DIGI dan penerapan dari *E-SERVICE QUALITY* sebesar 89 % terletak di posisi sangat penting.
- Berdasarkan analisis diatas kenyataan atau kinerja dari *mobile banking* BJB DIGI yang diberikan kepada nasabah dan penerapan dari *E-SERVICE*

QUALITY sebesar 84,14 % terletak diposisi yang sangat penting.

3. Berdasarkan hasil penghitungan dengan menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* menunjukkan bahwa 84,10 % nasabah pengguna *mobile banking* BJB DIGI baik (puas) dengan adanya *mobile banking* BJB DIGI karena dapat memenuhi kebutuhan transaksi dan investasi jasa keuangan.
4. Berdasarkan hasil analisis dari *Matrix Importance Performance Analysis* menunjukkan bahwa aspek *E – Service Quality* yang perlu diperbaiki yaitu pemeliharaan sistem aplikasi, proses pembuatan akun dan memasukkan data dalam *mobile banking* BJB DIGI harus lebih mudah, meningkatkan pelayanan pada nasabah, terutama pada complain nasabah yang disampaikan melalui *call center*, dan komisi dan poin pada BJB DIGI lebih dimanfaatkan semaksimal mungkin.

SARAN

Bagi Perusahaan

- a. Perusahaan lebih baik tidak mempersulit prosedur dalam pembuatan dan proses input data dalam pembuatan akun BJB DIGI yang dilakukan oleh nasabah.
- b. System serta fitur yang terdapat pada *mobile banking* BJB DIGI diperbaiki dengan fungsi yang lebih baik dan berguna bagi kebutuhan nasabah.
- c. Meningkatkan keamanan informasi dari data nasabah pada *mobile banking* BJB DIGI, agar nasabah yang menggunakan BJB DIGI memberikan *trust* kepada kinerja dari produk atau kinerja dari karyawan PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten.
- d. Memberikan pelayanan yang maksimal terhadap nasabah PT. Bank Pembanguna Daerah Jawa Barat dan Banten,Tbk, terutama nasabah yang menggunakan BJB DIGI dengan adanya pelayanan yang maksimal maka nasabah akan loyal terhadap bank bjb.
- e. Perusahaan memberikan komisi serta poin kepada nasabah merupakan bentuk penghargaan yang diberikan kepada nasabah karena telah menggunakan produk serta menjadi nasabah dari PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten demi terwujudnya hubungan yang baik serta loyalitas, sehingga perusahaan perlu membrikan penghargaan terhadap nasabah atas kepercayaannya.

2. Saran untuk peneliti

Peneliti harus lebih teliti dalam memilihh responden dan menyebarkan questioner, serta peneliti dapat mengembangkan ide dan inovasi dalam penelitiannya sehingga menghasilkan penelitian terbaru dan Objek yang belum pernah diteliti sebelumnya sehingga menghasilkan ilmu dan manfaat baru.

REFERENSI

BUKU

- Danang Sunyoto. 2013. Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: CAPS
- Kotler, P. dan K. L. Keller. 2013. Alih Bahasa : Benyamin Molan. Manajemen
- Kotler, Philip. & Gary Armstrong. 2014. *Principle Of Marketing, 15th edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. (2016). *Marketing Management-15/ Essex, England:Pearson Education*.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Managemen, 15th Edition*, Pearson Education,Inc
- Lupiyoadi, Rambat dan Ikhsan, Ridho Bramulya. 2015. Praktikum Metode Riset Bisnis,

Jakarta: Salemba Empat
Tjiptono, Fandy. (2014). Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, Penelitian.

Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, Fandy & Gregorius Chandra, (2016). *Service, Quality and Satisfaction*.

Edisi 4, Yogyakarta: ANDI.

Sangadji, E.M., dan Sopiah. 2013. Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis

Disertai : Himpunan Jurnal Penelitian.

Yogyakarta: Penerbit Andi.

Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D. Bandung:

Alfabeta.

Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan

R&D. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Manajemen.

Bandung: Alfabeta

Siregar, Syofian. (2014). Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan

Perhitungan Manual & SPSS, Edisi Pertama.

Jakarta: Kencana

JURNAL

Yola, Melfa dan Budianto, Dwi (2013).

“Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Dan Harga Produk Pada Supermarket Dengan Menggunakan Metode *Importance Performance Analysis (IPA)*”. Jurnal

Importance Performance Analysis.

Arie Pohandry, Sidarto, dan Winarni (2013).

“Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Dengan Menggunakan Metode *Customer Satisfaction Index* dan *Importance Perfomance Analysis* serta *Service Quality*”. Jurnal Revakasi (Desember 2013), Vol 1, No 1, 21-29

Suryawan, Sheehan & Diah Dharmayanti (2013).

“Analisa Hubungan Antare Experiential Marketing, Customer Satisfaction Dan Loyalty Cafe Nona Manis Grand City Mall Surabaya”. Jurnal Manajemen

Pemasaran ,Volume 1, Nomor 2 (2013).

Michael Christian & Vincent Nuari (2016).”

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Konsumen Studi Kasus :

Belanja Online Bhineka.com”. Jurnal

Siasat Bisnis Vol 20 No 1 Januari Hal 33 – 53

Penelitian terdahulu

Titin Tri Puji Lestari. (2016).

“Pengaruh E-Service Quality terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Pembelian Tiket Kereta Api melalui aplikasi KAI Access”.

Website

www.bankbjb.co.id

<https://bisnis.tempo.com>

<https://www.apjii.or.id/>

<https://id.techinasia.com>

<https://play.google.com/>

