

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Uraian Teoritis**

##### **2.1.1 Kualitas pelayanan**

Sudah menjadi keharusan perusahaan melakukan Kualitas Pelayanan yang terbaik supaya mampu bertahan dan tetap menjadi kepercayaan pelanggan. Terciptanya Kepuasan Pelanggan dapat memberikan manfaat diantaranya hubungan antara Perusahaan dan Pelanggan menjadi harmonis, Pelanggan akan melakukan pembelian ulang hingga terciptanya loyaltas Pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan Perusahaan. Menurut Pertiwi (2021:68) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan. Selain itu juga berkaitan dengan tindakan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi harapan konsumen. dan menurut Adawia (2020:89) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Sedangkan menurut Lena (2021:101) menyatakan bahwa kualitas pelayanan memberikan kepuasan bagi pelanggan, hal ini mengindikasikan adanya suatu hubungan yang sangat erat di antara keduanya.

Menurut Kotler (2020:25) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan merupakan kinerja yang ditawarkan oleh seseorang kepada orang lain dengan suatu tindakan yang tidak berwujud atau tidak berakibat pada kepemilikan barang

apapun dan kepada siapapun. Berdasarkan pemahaman dari para ahli, peneliti menyimpulkan

bahwa kualitas pelayanan adalah suatu tindakan yang di lakukan oleh pihak perusahaan untuk menciptakan suatu kenyamanan dan kepuasan bagi pelanggan.

### **2.1.2 Indikator Kualitas Pelayanan**

Menurut (Samuel et al., 2019) terdapat indikator performa utama dalam kualitas aplikasi yang mencakup:

1. Information Quality: Mencakup informasi yang akurat, up to date, terpercaya, dan relevansi dari konten yang ada dalam aplikasi untuk memudahkan konsumen dalam membaca dan mencari konten yang ingin dicari.
2. Ease of Using: memberikan kemudahan dalam pemahaman dan mempelajari, isi dan fungsi interface serta memberikan kemudahan penggunaan pengoperasian sistem pada tahap awal.
3. Responsiveness: mencakup kecepatan pengunduhan dan navigasi yang jelas dalam pengoperasian user interface aplikasi serta pencarian konten yang dibutuhkan.
4. Level of Security: memberikan rasa aman dalam bertransaksi.
5. Privacy: menjaga dan menyimpan informasi pribadi dengan aman.
6. Trust: reputasi yang dimiliki oleh provider dan penjual.

7. Interactivity: mencakup kemudahan untuk melakukan komunikasi dan partisipasi dalam lingkungan multimedia yang interaktif, yaitu umpan balik atau memberikan beberapa pilihan keputusan pembelian.
8. Personalisation: menciptakan hubungan emosional yang lebih personal terhadap pelanggan.
9. Fulfillment: memberikan keyakinan kepada pengguna bahwa janji akan ditepati.

### **2.1.3 Tujuan pelayanan**

pada umumnya yaitu mempersiapkan pelayanan publik yang dibutuhkan oleh publik. Adapun tujuan pelayanan sebagai berikut:

1. Menentukan pelayanan public yang disediakan secara bervariasi.
2. Melayani pelanggan yang menggunakan pelayanan sebagai seorang customer.
3. Berusaha memuaskan pengguna pelayanan.
4. Penyampaian pelayanan yang paling berkualitas.
5. Menyediakan cara-cara untuk pelanggan dapat menggunakan pilihan1 Kualitas pelayanan.

#### **2.1.4 Prinsip – Prinsip Kualitas Kualitas Pelayanan**

Kualitas Pelayanan merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh pihak perusahaan berupa hal yang tidak berwujud namun dapat dirasakan oleh konsumen. Pengukuran Kualitas Pelayanan dapat dilihat dari terhadap suatu

layanan yang telah diterima oleh konsumen untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan harapannya. Dalam memberikan Kualitas Pelayanan perusahaan juga harus memiliki prinsip untuk mewujudkannya, ada enam pokok prinsip pokok dalam Kualitas Pelayanan menurut Tjiptono dan Chandra (2019:141), yaitu :

1. Kepemimpinan Strategi kualitas perusahaan harus merupakan inisiatif dan komitmen manajemen puncak. Manajemen puncak harus memimpin perusahaannya untuk meningkatkan kualitas hanya berdampak kecil terhadap perusahaannya.
2. perlu mendapat penekanan dalam pendidikan tersebut meliputi konsep kualitas sebagai strategi bisnis, alat dan teknis implementasi strategi kualitas, dan peranan eksekutif dalam implementasi strategi kualitas.
3. Perencanaan Proses perencanaan strategi harus mencakup pengukuran dan tujuan kualitas yang dipergunakan dalam mengarahkan perusahaan untuk mencapai visinya.

4. *Review* Proses *review* merupakan satu-satunya alat yang paling efektif bagi manajemen untuk mengubah perilaku organisasional. Proses ini merupakan suatu mekanisme yang menjamin adanya konstan untuk mencapai tujuan kualitas.
5. Komunikasi *Implementasi strategi* kualitas dalam organisasi dipengaruhi oleh proses komunikasi dalam perusahaan. Komunikasi harus dilakukan oleh karyawan, pelanggan, dan *stakeholder* perusahaan lainnya. Seperti pemasok, pemegang saham, pemerintah, masyarakat umum, dan lain-lain.
6. Penghargaan dan pengakuan Penghargaan dan pengakuan merupakan aspek yang penting dalam implementasi strategi kualitas. Setiap karyawan yang berprestasi baik perlu diberikan penghargaan dan prestasinya tersebut diakui. Dengan demikian diberikan penghargaan dan prestasinya tersebut diakui. Dengan demikian dapat meningkatkan motivasi, moral kerja, rasa bangga, rasa kepemilikan setiap orang dalam organisasi, yang pada akhirnya dapat memberikan kontribusi besar bagi perusahaan dan bagi pelanggan yang dilayani.

#### **2.1.5 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan**

Kualitas Pelayanan merupakan faktor yang sangat penting khususnya bagi perusahaan yang bergerak dibidang jasa. Kualitas Pelayanan sebagai sifat dari penampilan produk atau kinerja merupakan bagian dari strategi perusahaan dalam rangka meraih keunggulan yang berkesinambungan,

baik sebagai pemimpin pasar maupun strategi untuk terus tumbuh. faktor penyebab buruknya kualitas Kualitas Pelayanan adalah sebagai berikut :

1. Produksi dan konsumsi yang terjadi secara simultan salah satu karakteristik unik jasa atau layanan adalah *inseparability* (tidak dapat dipisahkan), artinya jasa diproduksi dan dikonsumsi pada saat bersamaan. Hal ini kerap kali membutuhkan kehadiran dan partisipasi pelanggan dalam proses penyampaian jasa. Konsekuensinya, berbagai macam persoalan sehubungan dengan interaksi antara penyedia layanan dan pelanggan bisa saja terjadi. Beberapa kelemahan yang mungkin ada pada karyawan jasa dan mungkin berdampak negatif terhadap persepsi kualitas meliputi :

1. Tidak terampil dalam melayani pelanggan;
2. Cara berpakaian karyawan yang kurang sesuai konteks;
3. Tutar kata karyawan kurang sopan;
4. Bau badan karyawan mengganggu kenyamanan pelanggan;
5. Mimik muka karyawan selalu cemberut.

2. Intensitas tenaga kerja yang tinggi keterlibatan karyawan secara *insentif* dalam penyampaian layanan dapat pula menimbulkan masalah kualitas yaitu berupa tingginya variabilitas yang dihasilkan. Faktor-faktor yang biasa mempengaruhinya antara lain :

1. Upah rendah (umumnya karyawan yang melayani atau berinteraksi langsung dengan pelanggan memiliki tingkat pendidikan dan upah yang paling rendah dalam suatu perusahaan);
  2. Pelatihan yang kurang memadai atau bahkan tidak sesuai dengan kebutuhan organisasi;
  3. Tingkat perputaran karyawan terlalu tinggi;
  4. Motivasi kerja karyawan rendah.
3. Dukungan terhadap pelanggan internal kurang memadai Karyawan *front line* merupakan ujung tombak sistem penyampaian layanan. Dalam banyak kasus, keramahan dan kesopanan operator telepon dan satpam bisa jadi memberikan kesan pertama bagi calon pelanggan yang ingin berhubungan dengan sebuah perusahaan penyedia jasa. Agar para karyawan *front line* mampu melayani pelanggan secara efektif, mereka membutuhkan dukungan dari fungsi-fungsi utama manajemen (operasi, pemasaran, keuangan, dan SDM). Dukungan tersebut bisa juga berupa peralatan (perkakas, material, pakaian, seragam), pelatihan keterampilan maupun informasi (misalnya, prosedur operasi).
4. Gap komunikasi, bila terjadi gap komunikasi, maka bisa timbul penilaian atau persepsi negatif terhadap kualitas layanan. Gap komunikasi bisa berupa :

1. Penyedia layanan memberikan janji berlebihan, sehingga tidak mampu memenuhinya.
2. Penyedia layanan tidak bisa selalu menyajikan informasi terbaru kepada para pelanggan.
3. Pesan komunikasi penyedia layanan tidak dipahami pelanggan.
4. Penyedia layanan tidak memperhatikan atau tidak segera menindaklanjuti keluhan atau saran pelanggan.
5. Memperlakukan semua pelanggan dengan cara yang sama dalam hal interaksi dengan penyedia layanan, tidak semua pelanggan bersedia menerima layanan yang seragam, sering terjadi ada pelanggan yang menginginkan atau bahkan menuntut layanan yang sifatnya personal dan berbeda dengan pelanggan lain. Hal ini memunculkan tantangan bagi penyedia layanan dalam hal individual dan memahami perasaan pelanggan terhadap penyedia layanan dan layanan spesifik yang mereka terima.
6. Perluasan atau pengembangan layanan secara berlebihan bila terlampau banyak layanan baru dan tambahan terhadap layanan yang sudah ada, hasil yang didapatkan belum tentu optimal, bahkan tidak tertutup kemungkinan timbul masalah-masalah seputar standar kualitas layanan. Selain itu, pelanggan juga bisa bingung membedakan variasi penawaran layanan baik dari segi fitur, keunggulan maupun tingkat kualitasnya.

7. Visi bisnis jangka pendek (misalnya orientasi pencapaian target penjualan dan laba tahunan, penghematan biaya sebesar-besarnya, peningkatan produktivitas tahunan, dll) bisa merusak kualitas layanan yang sedang dibentuk untuk jangka panjang.

### **2.1.6 Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Kualitas Pelayanan memiliki peran penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Persepsi pelanggan mengenai Kualitas Pelayanan perusahaan baik atau tidaknya tergantung antara kesesuaian dan keinginan Kualitas Pelayanan yang diperolehnya. Perusahaan penyedia jasa, Kualitas Pelayanan yang diberikan menjadi suatu tolak ukur kepuasan pelanggan. Bila kualitas Kualitas Pelayanan jasa yang dirasakan lebih kecil dari pada yang diharapkan maka pelanggan akan merasa kecewa dan tidak puas bahkan memberi dampak negatif lainnya pada perusahaan.

### **2.2.1 Persepsi Kemudahan**

Persepsi Kemudahan Penggunaan merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya. Menurut (Atriani et al., 2020) mendefinisikan persepsi kemudahan penggunaan sebagai keyakinan dalam kemudahan penggunaan, yaitu sejauh mana pengguna percaya bahwa teknologi atau sistem dapat digunakan dengan mudah dan terbebas dari masalah. Persepsi kemudahan penggunaan dapat diartikan bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya (Kumala et al., 2020). Persepsi kemudahan penggunaan

merupakan salah satu bentuk kepercayaan mengenai pengambilan keputusan, apabila seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi mudah untuk digunakan maka ia akan menggunakannya. Sebaliknya jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi tidak mudah untuk digunakan maka ia tidak akan menggunakannya (Mawardani & Dwijayanti, 2021)

Menurut Davis (dalam Pranoto et al., 2020) Persepsi kemudahan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Maksudnya adalah bahwa jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan, maka dia akan menggunakannya. Definisi persepsi kemudahan peneliti dapat menyimpulkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan dengan mudah untuk digunakan dan dipahami sehingga akan meringankan pekerjaan penggunanya.

### **2.2.2 Indikator Persepsi kemudahan**

Menurut (Davis et al, 2019:30) terdapat beberapa indikator persepsi kemudahan diantaranya sebagai berikut :

1. Mudah dipelajari, artinya sistem yang digunakan dapat dengan cepat dipelajari dan mudah untuk diingat bagaimana mengoperasikannya.
2. Dapat dikontrol, artinya sistem yang digunakan dapat dikontrol sesuai apa yang diinginkan dan dibutuhkan penggunanya.
3. Jelas dan dapat dipahami, artinya instruksi dari sebuah sistem yang digunakan jelas dan dapat dimengerti oleh penggunanya.
4. *Fleksibel*, artinya interaksi antara pengguna dengan sistem bersifat *fleksibel* sehingga dapat dilakukan kapan dan dimana saja.

5. Mudah digunakan, artinya sistem mudah untuk digunakan dan mudah untuk dioperasikan oleh penggunanya.

### **2.2.3 Faktor Penyebab Pengalaman Kemudahan Menggunakan Teknologi**

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi persepsi kemudahan penggunaan dalam menggunakan teknologi dipengaruhi beberapa faktor yaitu:

1. Faktor pertama berfokus pada teknologi itu sendiri misalnya pengalaman pengguna terhadap penggunaan teknologi yang sejenis. Pengalaman baik pengguna akan teknologi sejenis akan mempengaruhi persepsi pengguna terhadap teknologi baru yang disediakan, begitu pula sebaliknya.
2. Faktor kedua adalah reputasi akan teknologi tersebut yang diperoleh oleh pengguna. Reputasi yang baik yang didengar oleh pengguna akan mendorong keyakinan pengguna akan kemudahan penggunaan teknologi tersebut, demikian pula sebaliknya. Teknologi yang dimaksud bukan hanya teknologi yang akan diadopsi tetapi juga teknologi lain yang sejenis dengan teknologi yang akan diadopsi.
3. Faktor ketiga yang mempengaruhi persepsi kemudahan penggunaan teknologi adalah tersedianya mekanisme support yang handal. Mekanisme support yang terpercaya akan mempengaruhi kepercayaan pengguna akan kemudahan teknologi misalnya pengguna merasa yakin bahwa terdapat mekanisme support yang handal jika kesulitan menggunakan teknologi maka mendorong persepsi pengguna kearah lebih positif

### **2.2.4 Hubungan persepsi kemudahan pengguna terhadap kepuasan pelanggan**

Persepsi Kemudahan tidak berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Penelitian ini membuktikan bahwa tingkat kepuasan pelanggan tidak dapat dijadikan tolak ukur pelanggan atau konsumen untuk melakukan pembelian ulang. Brand Image berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

### **2.3.1 Kepuasan nasabah**

Kata kepuasan atau satisfaction berasal dari bahasa latin “*satis*” artinya cukup baik atau memadai dan “*facio*” artinya melakukan atau membuat. Secara sederhana kepuasan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan suatu atau membuat sesuatu memadai. Sedangkan nasabah atau pelanggan adalah orang atau unit yang menerima hasil dari suatu proses dalam suatu sistem. Banyak pakar yang mendefinisikan kepuasan konsumen berdasarkan *persefektifnya* masing-masing meskipun tidak terdapat satu definisi tunggal yang menjadi rujukan bersama mengenai kepuasan konsumen, namun pada intinya mereka menyatakan substansi yang sama tentang kepuasan pelanggan. Sebaliknya bila kinerja sesuai dengan harapan atau melebihi harapan, pembelinya merasa puas atau merasa amat gembira

Menurut Park dalam (Irawan 2021: 54), mengungkapkan kepuasan pelanggan adalah suatu perasaan pelanggan sebagai respon terhadap produk barang atau jasa yang telah di konsumsi. Dengan terciptanya tingkat kepuasan pelanggan yang optimal maka mendorong terciptanya loyalitas di benak pelanggan yang merasa puas. Berdasarkan definisi diatas, penulis mendefinisikan bahwa kepuasan merupakan tanggapan pelanggan. Kepuasan

atau ketidakpuasan nasabah adalah kesesuaian antara harapan nasabah dengan yang diterima (kenyataan yang dialami).

### **2.3.2 Indikator kepuasan nasabah**

Indikator kepuasan nasabah adalah level kepuasan nasabah setelah membandingkan jasa atau produk yang diterima sesuai dengan apa yang diharapkan. Biasanya nasabah yang puas dengan nilai yang diberikan oleh suatu produk atau jasa akan menjadi pelanggan atau nasabah yang setia dalam waktu lama. Menurut Fadhli & Pratiwi (2021) ada beberapa indikator kepuasan

konsumen, antara lain:

#### **1. Kualitas produk yang dihasilkan**

Kualitas produk yang semakin bagus akan memenuhi ekspektasi konsumen dan berdampak pada kepuasan konsumen.

#### **2. Kualitas pelayanan yang diberikan**

Konsumen kembali menggunakan produk yang ditawarkan oleh perusahaan bila pelayanan perusahaan juga melakukan pelayanan yang baik, ramah serta memuaskan konsumen.

#### **3. Harga produk**

Kualitas produk yang ditawarkan baik dan harga yang sesuai dengan harapan konsumen, maka konsumen akan merasakan kepuasan.

#### **4. Kemudahan mengakses produk**

Memesan produk melalui internet dengan cara yang tidak terlalu rumit serta tanpa ada biaya tambahan juga dapat meningkatkan kepuasan

konsumen.

## 5. Cara mengiklankan produk

Cara mengiklankan produk juga harus diperhatikan didalam menjaga kepuasan konsumen. Produk yang dihasilkan juga harus sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.

### **2.3.3 Tujuan kepuasan nasabah**

Selain itu kepuasan nasabah mempunyai tujuan utama yaitu strategi pemasaran yang dijalankan untuk meningkatkan jumlah nasabahnya, baik secara kuantitas maupun kualitas. Secara kuantitas artinya jumlah nasabah bertambah cukup signifikan dari waktu ke waktu, sedangkan secara kualitas artinya nasabah yang

didapat merupakan nasabah yang produktif yang mampu memberikan laba bagi bank. Dalam praktiknya apabila nasabah puas atas pelayanan yang diberikan bank, ada dua keuntungan yang diterima bank, yaitu sebagai berikut :

1. Nasabah yang lama akan tetap dapat dipertahankan (tidak lari ke bank lain) atau dengan kata lain nasabah loyal kepada bank.
2. Kepuasan nasabah lama akan menular kepada nasabah baru dengan berrbagai cara, sehingga mampu meningkatkan jumlah nasabah.

### **2.3.4 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah**

Menurut Indrasari (2019:87-88) dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan, terdapat lima faktor utama dan harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu:

1. Kualitas produk, pelanggan akan merasa puas bila evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan memang berkualitas.
2. Kualitas pelayanan, pelanggan akan merasa puas apabila mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
3. Emosional, pelanggan akan merasa bangga dan yakin bahwa orang lain akan kagum terhadap mereka, apabila memakai produk tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.
4. Harga, produk dengan kualitas yang sama tetapi harga yang relatif rendah menawarkan nilai yang lebih besar kepada pelanggan.
5. Biaya, pelanggan yang tidak mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk cenderung merasa puas dengan produk tersebut.

## **2.2 Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu adalah upaya peneliti untuk mencari perbandingan dan selanjutnya untuk menemukan inspirasi baru untuk penelitian selanjutnya di samping itu kajian terdahulu membantu penelitian dapat memposisikan penelitian serta menunjukkan orsinalitas dari penelitian. Pada bagaian ini peneliti mencamtumkan berbagai hasil penelitian terdahulu terkait dengan penelitian yang hendak dilakukan, kemudian membuat ringkasannya, baik penelitian yang sudah terpublikasikan atau belum terpublikasikan. Berikut merupakan penelitian terdahulu yang masih terkait dengan tema yang penulis kaji.

**Tabel 2.1 Penelitian terdahulu**

Sumber : Kelola Peneliti

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1	Endang Shyta Triana, Nurul Aisah. Vol.7 No.1(2023)	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada mitra bayar PT.Bank Mandiri Taspen kcp kebumen	Kualitas pelayanan (X1) Kepuasan pelanggan (Y)	1.Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah 2.Kepuasan pelanggan menunjukkan bahwa setiap pernyataan pada kuesioner variabel kepuasan pelanggan telah dinyatakan valid
2	Dewi Zulfia, Krisvia. Vol.5 No.1(2021)	Pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan nasabah dan teknologi sistem informasi terhadap kepuasan nasabah di PT Mandiri Taspen kcp Padang	Kualitas pelayanan (X1) Kepercayaan Nasabah (X2) Teknologi Sistem Informasi (X3) Kepuasan Nasabah (Y)	1. Variabel Pertama, yaitu kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah PT. Taspen Cabang Padang, Artinya semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan PT. Taspen Cabang Padang akan meningkatkan kepuasan Nasabah. 2. Variabel kedua,

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
				<p>yaitu kepercayaan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah PT. Taspen Cabang Padang, Artinya semakin kepercayaan yang diberikan PT. Taspen Cabang Padang, Hal ini tentu saja akan meningkatkan kepuasan Nasabah.</p> <p>3. Variabel ketiga, yaitu teknologi sistem informasi berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah, Artinya semakin tinggi penggunaan teknologi sistem informasi digunakan PT. Taspen Cabang Padang, Hal ini meningkatkan kepuasan Nasabah.</p>
3	Beny Osta Nababan, Tanisa Adra Oktaviani. Vol.12 No.1(2019)	Pengaruh kualitas Pelayanan terhadap kepuasan nasabah pensiunan pada PT.Bank Mandiri Taspen kc Depok	<p>Kualitas pelayanan yang terdiri dari :</p> <p>Tangibel (X1)  Reliability (X2)  Responsiveeness( X3)  Assurance (X4)  Emphaty (X5)</p> <p>Kepuasan Nasabah (Y)</p>	<p>1.Variabel Tangible, Reliability dan Responsiveness secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Peserta Pensiun sedangkan</p>

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
				<p>variabel Assurance dan Emphaty secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan peserta pensiun.</p> <p>2. Variabel Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance dan Emphaty secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Peserta Pensiun.</p> <p>3. Dari ke lima faktor dalam penelitian ini, variabel Responsiveness (X3) merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap tingkat Kepuasan Peserta Pensiun pada PT Taspen (Persero) Cabang Depok dengan koefisien Responsiveness sebesar 0,448 dan signifikan dengan nilai thitung = 2.882</p>

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
				<p>pada <math>\alpha = 0,005 &lt; 5\%</math>.</p> <p>4. Variabel independen dalam penelitian ini memiliki pengaruh sebesar 53,7% terhadap Kepuasan Peserta Pensiun pada PT Taspen (Persero) Cabang Depok, sedangkan sisanya 46,3% dijelaskan oleh faktor lain di luar penelitian.</p>
4	Abdul Sabaruddin, Rahmat Hidayat, Ditha Putri Lestari. Vol.XVIII(2) 2022	Digitalisasi pelayanan pembayaran pensiun melalui aplikasi taspen otentikasi di PT. Taspen kendari	Konsep E-Goverment Konsep Digitalisasi Konsep Pelayanan Konsep Pelayanan Elektronik	<p>Dari Hasil pembahasan maka penelitian mengenai digitalisasi pelayanan pembayaran pensiun melalui aplikasi Taspen Otentikasi di PT Taspen (Persero) Kendari sudah berjalan dengan baik. Hal ini dikarenakan terdapatnya tiga elemen penting untuk menerapkan konsep-konsep digitalisasi pada sektor publik yaitu: Pertama, Support atau dukungan dari</p>

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
				<p>pihak PT Taspen (Persero) Kendari berupa adanya SOP dalam pelaksanaan pelayanan data biometrik dan kerja sama dengan 7 bank dan PT Pos Indonesia sebagai mitra bayar, tersedianya sumber daya manusia untuk pelayanan data biometrik, adanya dukungan finansial, penyebaran informasi melalui berbagai media sosial, waktu pelayanan 10 menit, dan alat teknologi yang digunakan adalah laptop, kamera, scanner sidik jari dan microphone. Kedua, Capacity atau kemampuan dari PT Taspen (Persero) Kendari dalam menyediakan SDM yang kompeten dengan adanya pelatihan untuk meningkatkan kompetensi</p>

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
				pegawainya, adanya kemampuan secara finansial yang dikelola langsung oleh PT Taspen pusat, menyediakan alat teknologi berupa pengadaan laptop, kamera, scanner sidik jari dan microphone. Ketiga, Value atau manfaat yang didapatkan dari penggunaan aplikasi Taspen Otentikasi yaitu adanya kenyamanan dan keterbiasaan serta merasa terbantunya pensiunan dalam melakukan otentikasi dengan aplikasi Taspen Otentikasi dan merasa jauh lebih hemat.
5	Kristine simanjuntak, Neograhini Lastiningsih, Dian wicakasih arieftiara. Vol.1 2020	Efektivitas Sistem pencairan dana atas pembayaran tunjangan pensiun pegawai negeri sipil pada PT.Mandiri Taspen		Hasil Pemabhasan peserta merasa puas dan sangat terbantu dengan program aplikasi taspen otentikasi , karena lebih mudah dan tidak memakan banyak waktu untuk mengantri melakukan

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
				<p>otentikasi manual di kantor cabang Taspen, dan tidak perlu menunggu di bank untuk mengambil dana pensiun. Semua proses tersebut dapat dilakukan dari jarak jauh dengan dukungan teknologi smartphone milik peserta. Peserta cukup mengunduh aplikasi Taspen Otentikasi dan mobile banking sesuai dengan bank yang digunakan pada saat melakukan enrollment. PT Taspen memfasilitasi peserta dengan memberikan video pelatihan penggunaan aplikasi Taspen Otentikasi dan memperbarui aplikasi secara berkala. Meskipun demikian, masih terdapat kendala yang menghalangi proses otentikasi mandiri, yaitu tidak terdeteksinya rekam biometrik karena pengguna</p>

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
				<p>belum melakukan enrollment, serta adanya gangguan sinyal yang sulit didapatkan.</p> <p>Kendala tersebut diatasi dengan cara melakukan otentikasi manual, yaitu mendatangi kantor cabang Taspen terdekat dan membawa KARIP (Kartu Induk Pensiun) sebagai tanda identitas, sehingga hak pensiun dapat diterima</p>
6	Intan Monica Alma Sangi, Lucky Franky Tamengkel, Danny D.S Mukuan) Vol. 3 No. 2, 2022	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Danamon Indonesia, Tbk. Cabang Ranotana	Kualitas Pelayanan X Kepuasan Nasabah Y	<p>Hasil penelitian menyatakan ada hubungan yang kuat antara kepuasan nasabah dengan kualitas pelayanan, salah satu dibuktikan dari hasil penelitian koefisien determinasi yaitu variable kepuasan nasabah lebih besar dipengaruhi oleh variable kualitas pelayanan, dibandingkan sisanya yang dipengaruhi oleh variable lain yang tidak ada dalam penelitian ini.</p>

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
7	Abdul Yusuf1 Nurul Aulia Dewi2 Nada Shofiatul Ula3 Alya Luthfi4) Vol 11, No 1 (2021): 54-63	Pengaruh persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan terhadap kepuasan konsumen OVO	Peresepsi manfaat X1 Peresepsi kemudahan X2 Kepuasan Konsumen Y	1. Persepsi manfaat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen OVO 2. Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen OVO 3. Pengaruh persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan terhadap kepuasan konsumen OVO
8	(Paulyna Carolinsca SekeTinneke M. Tumbel Danny D.S Mukuan)Vol. 3 No. 3, 2022	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Aplikasi Pegadaian Digital Cabang Megamas Kota Manado	Kualitas pelayanan X Kepuasan Nasabah Y	Hasil perhitungan regresi menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (X) ber-pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan Nasabah(Y)
9	Nurul Hidayah1),(Susila Andriyati2),(Vina Rismayani3), (Viviannisa Victoria .P4) Volume 4 Nomor2/Desember 2022	Pengaruh kualitas pelayanan, kemudahan transaksi dan fitur produk terhadap kepuasan nasabah dalam penggunaan BSI Mobile Banking	Kualitas pelayanan X1 Kemudahan Transaksi X2 Fitur Produk X3 Kepuasan Nasabah Y	1. Kualitas Pelayanan berpengaruh negatif. 2. Kemudahan transaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah dalam Penggunaan BSI Mobile Banking. 3. Fitur Produk yang tersedia pada BSI Mobile

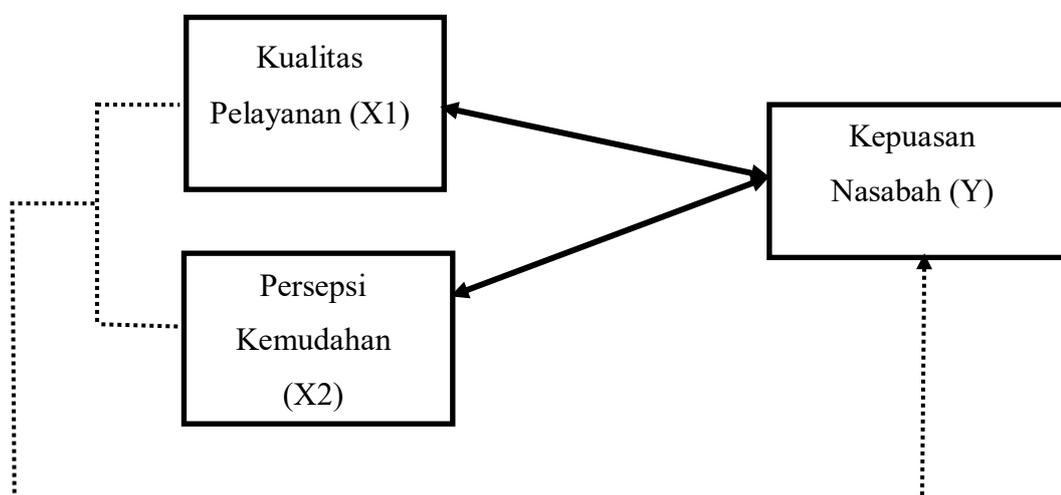
No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
				Banking berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah dalam Penggunaan BSI Mobile Banking. 4. Kualitas Pelayanan, Kemudahan Transaksi dan Fitur Produk berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Nasabah dalam Penggunaan BSI Mobile Banking
10	Syuryatman Desri, Firlis Mawadda, Srimaria Ulfa, Bima Satria Adinarta. Vol. 4 No. 1(2024)	Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Aplikasi dan Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan konsumen gojek di kota paya kumbuh	Persepsi kemudahan X1 Kualitas Pelayanan X2 Kepuasan Konsumen Y	Kemudahan Penggunaan (X1) secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan (Y), Variabel Kualitas Pelayanan (X2) secara parsial tidak berpengaruh terhadap Kepuasan (Y), Variabel Kemudahan Penggunaan Aplikasi (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan (Y).

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
				Secara simultan pengaruh variabel kemudahan aplikasi (X1) dan kualitas pelayanan (X2) terhadap kepuasan (Y) bisa dilihat dari nilai R Square (0,419) yaitu 41,9 %

### 2.3 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual merupakan suatu bentuk kerangka berpikir yang dapat digunakan sebagai pendekatan dalam memecahkan masalah. Menurut Sugiyono (2020) kerangka konseptual digunakan untuk menunjukkan gambaran secara umum mengenai objek penelitian yang dilakukan dalam kerangka dari variabel yang ada. Biasanya kerangka penelitian ini menggunakan pendekatan ilmiah dan memperlihatkan hubungan antar variabel dalam proses analisisnya.

Adapun gambar kerangka berpikir dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



.....

**Gambar 2.1 Kerangka konseptual**

Sumber : Kelola peneliti

Keterangan :

X1 : Kualitas Pelayanan

X2 : Peresepsi Kemudahan

Y : Kepuasan Nasabah

## **2.4 Hipotesis Penelitian**

Hipotesis penelitian merupakan jawaban sementara dari masalah penelitian, walaupun sebagai jawaban sementara, hipotesis penting artinya untuk memberikan batasan pada penelitian sehingga pengumpulan data yang akan dilaksanakan

terfokus pada hipotesis tersebut. Di samping itu, dengan hipotesis dapat disusun desain penelitian dan analisis data yang sesuai dengan yang tersurat dalam hipotesis tersebut, karena hipotesis merupakan jawaban sementara dari suatu penelitian, maka kebenaran jawaban tersebut perlu diuji. Uji statistik sering digunakan untuk menguji hipotesis benar atau salah. Hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

H1 : Terdapat Pengaruh Positif dan Signifikan secara Parsial antara kualitas layanan enrollment terhadap kepuasan nasabah dalam pengambilan dana pensiun di PT.Bank Mandiri Taspen kcp Medan.

H2 : Terdapat Pengaruh Positif dan Signifikan secara Parsial antara persepsi nasabah dalam penggunaan aplikasi taspen otentikasi terhadap kepuasan nasabah dalam pengambilan dana pensiun di PT.Bank Mandiri Taspen kcp medan.

H3 : Terdapat Pengaruh Positif dan Signifikan secara Simultan antara kualitas pelayanan enrollment dan persepsi kemudahan dalam penggunaan aplikasi taspen otentikasi terhadap kepuasan nasabah dalam pengambilan dana pensiun di PT.Bank Mandiri Taspen Kcp Medan.