

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Pustaka

Penelitian yang telah dilakukan melibatkan serangkaian tinjauan literatur yang bertujuan untuk menyediakan dasar teoritis yang kokoh serta membandingkan temuan penelitian terdahulu dan penelitian yang sedang dilakukan. Tinjauan literatur dalam penelitian ini mencakup analisis beberapa sumber yang mencakup studi-studi sebelumnya yang juga menjadi referensi utama dalam penelitian ini. Fokus utama penelitian ini adalah evaluasi kepuasan pengguna terhadap layanan yang disediakan oleh *website* PT. BPR BKK Purwokerto (Perseroda). Oleh karena itu, pada penelitian ini dilakukan telaah mendalam terhadap sejumlah jurnal ilmiah, e-book, dan sumber-sumber lainnya yang terdapat di internet. Tinjauan literatur ini bukan hanya menjadi landasan teori bagi penelitian, tetapi juga berfungsi sebagai pembanding yang signifikan dengan penelitian-penelitian sebelumnya, sehingga dapat memberikan ataupun menyajikan informasi tentang layanan teknologi informasi yang telah diberikan oleh PT. BPR BKK Purwokerto (Perseroda).

2.2 Penelitian Terdahulu

Berikut ini disajikan tabel 2.1 yang merupakan penelitian terdahulu dan dijadikan acuan untuk menyelesaikan penelitian ini

Tabel 2. 1 Penelitian terdahulu

No.	Judul	<i>Compare</i>	<i>Contrasting</i>	<i>Critize</i>	<i>Shynthesize</i>	<i>Summarize</i>
1.	“ <i>E-Servqual Analysis of Satisfaction and Loyalty on Tokopedia Consumers in Riau Province</i> ” 2022 [4].	Perbedaan penelitian yang terdahulu dan penelitian yang sedang dilakukan adalah berbeda pada objek, objek penelitian terdahulu adalah pengguna aplikasi Tokopedia di wilayah provinsi riau sedangkan penelitian yang sedang dilakukan adalah website bank BPR Purwokerto.	Penelitian ini berfokus pada uji pengaruh dimensi E-Servqual, yaitu efisiensi, pemenuhan, ketersediaan sistem, dan privasi terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen.	Berfokus pada konsumen Tokopedia yang ada di Riau saja	Hasil dari penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh efisiensi, pemenuhan, ketersediaan sistem, dan privasi terhadap kepuasan. Selain itu, juga terdapat pengaruh efisiensi, pemenuhan, ketersediaan sistem, dan kerahasiaan terhadap loyalitas melalui kepuasan sebagai mediasi. Semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen, semakin tinggi pula loyalitas konsumen terhadap Tokopedia.	Kesimpulan dari penelitian ini semua variabel hubungan pemasaran secara signifikan mempengaruhi pembentukan loyalitas konsumen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hubungan pemasaran yang dibangun oleh Tokopedia dapat meningkatkan loyalitas konsumen.
2.	“ <i>E-Servqual Effect on E-Customer</i> ”	Perbedaan penelitian yang	Tujuan penelitian ini	Tidak dilampirkan	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa	Kesimpulan dari penelitian ini pada dimensi

No.	Judul	Compare	Contrasting	Critize	Shynthesize	Summarize
	<i>Satisfaction Batik Industry Hadipriyanto Banyumas” 2020 [5].</i>	terdahulu dan penelitian yang sedang dilakukan adalah berbeda pada objek, objek penelitian terdahulu adalah industri batik Hadipriyanto yang ada dibanyumas sedangkan penelitian yang sedang dilakukan adalah website bank BPR Purwokerto	adalah untuk mengevaluasi pengaruh E-ServQual terhadap E-Satisfaction pelanggan yang merupakan faktor penting dalam keberlanjutan pemasaran produk batik, khususnya penjualan produk Batik Banyumas Hadipriyanto.	Perhitungan <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i> .	<i>E-ServQual</i> yang dibuat oleh perusahaan melalui situs web atau <i>e-commerce</i> seperti Tokopedia, bukalapak, dan Facebook telah baik, sedangkan <i>E-Satisfaction</i> yang dirasakan oleh pelanggan juga berada dalam kedua kategori yang baik. <i>E-ServQual</i> memiliki pengaruh yang signifikan terhadap <i>E-Satisfaction</i> pelanggan sebesar 63,6%.	kualitas layanan elektronik memberi pengaruh kepuasan pada pelanggan dan memperoleh nilai positif yang signifikan, artinya batik Hadipriyanto Banyumas harus memfokuskan pada kualitas layanan elektronik untuk meningkatkan kepuasan dan membangun hubungan pelanggan yang baik.
3.	“Analisis Kualitas Pelayanan Elektronik (<i>E-SERVQUAL</i>): Berfokus pada Website ZuBlu” 2023 [6].	Perbedaan penelitian yang terdahulu dan penelitian yang sedang dilakukan adalah berbedapada objek, objek penelitian	Penelitian ini dilakukan untuk menentukan tingkat kualitas layanan elektronik yang dimiliki oleh ZuBlu dengan	Pada penelitian terdahulu tidak dilampirkan perhitungan <i>Customer</i>	Hasil penelitian terdapat 2 dimensi yang masih dibawah harapan pengguna yaitu dimensi efisiensi (<i>efficiency</i>) dengan	Kesimpulan dari penelitian ini bahwa kualitas layanan yang melebihi harapan pengguna terdapat pada dimensi responsivitas dan kontak, sedangkan kualitas layanan yang memenuhi

No.	Judul	Compare	Contrasting	Critize	Shynthesize	Summarize
		terdahulu adalah website ZuBlu sedangkan penelitian yang sedang dilakukan adalah website bank BPR Purwokerto.	menggunakan 7 dimensi <i>E-ServQual</i> .	<i>Satisfaction Index</i> (CSI).	nilai gap -0,01, dan ketersediaan sistem (<i>system availability</i>) dengan nilai gap -0,05.	harapan pengguna dengan cukup terdapat pada 3 dimensi, yaitu pemenuhan, privasi, dan kompensasi, sedangkan kualitas layanan yang masih kurang terdapat pada dimensi efisiensi dan ketersediaan sistem.
4.	“Pengaruh <i>E-Servqual</i> , Kepercayaan, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Produk Busana Melalui Media Sosial Instagram Di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mahasaraswati Denpasar” 2019 [7].	Perbedaan penelitian yang terdahulu dan penelitian yang sedang dilakukan adalah berbeda pada objek, objek penelitian terdahulu adalah mahasiswa FEB Universitas Mahasaraswati Denpasar sedangkan penelitian yang sedang dilakukan adalah website bank BPR Purwokerto.	Penelitian ini dilakukan untuk mengukur tingkat keputusan pembelian <i>online</i> pada konsumen terhadap suatu barang atau jasa menggunakan metode <i>E-Servqual</i> dengan 7 dimensi.	Penelitian ini hanya mengukur keputusan konsumen terhadap pembelian barang dan jasa melalui <i>online</i> namun tidak mengukur tingkat kepuasan terhadap pembeliannya.	Hasil dari penelitian ini bahwa <i>E-Servqual</i> (X1) berpengaruh positif pada keputusan pembelian dengan nilai gap 0,028 dan variabel kepercayaan (X2) mendapatkan nilai gap 0,400 yang menunjukkan positif dan variabel (X3) mendapatkan nilai gap 0,211 yang juga menunjukkan positif terhadap keputusan pembelian. Hasil	Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel <i>E-Servqual</i> , Kepercayaan dan Persepsi bernilai positif pada keputusan pembelian barang dan jasa secara online di kalangan mahasiswa FEB Universitas Mahasaraswati Denpasar.

No.	Judul	Compare	Contrasting	Critize	Shynthesize	Summarize
					ketiga hipotesis diterima.	
5.	“Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik (E-Servqual) Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Marketplace Shopee Di Sleman Diy” 2021 [8].	Perbedaan penelitian yang terdahulu dan penelitian yang sedang dilakukan adalah berbeda pada objek, objek penelitian terdahulu adalah marketplace Shopee wilayah Sleman DIY sedangkan penelitian yang sedang dilakukan adalah website bank BPR Purwokerto.	Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menginvestigasi pengaruh setiap dimensi kualitas layanan (<i>e-service quality</i>) terhadap kepuasan pelanggan Shopee di Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Dimensi kualitas layanan elektronik yang diteliti meliputi	Pada penelitian terdahulu tidak dilampirkan perhitungan <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI).	Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa beberapa dimensi kualitas layanan elektronik (<i>e-service quality</i>) seperti efisiensi, privasi, responsivitas, kompensasi, dan interaksi pelanggan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Namun, dimensi pemenuhan dan keandalan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Antara	Kesimpulan pada penelitian ini, variabel efisiensi, pemenuhan, keandalan, privasi, responsivitas, kompensasi, dan interaksi pelanggan memberikan kontribusi sebesar 72,9% terhadap variabel kepuasan konsumen. Sisanya, sebesar 27,1%, dapat dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Hal ini menunjukkan bahwa faktor-faktor yang diteliti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen, namun masih ada faktor-faktor lain yang dapat

No.	Judul	<i>Compare</i>	<i>Contrasting</i>	<i>Critize</i>	<i>Shynthesize</i>	<i>Summarize</i>
			efisiensi, pemenuhan, keandalan, privasi, responsivitas, kompensasi, dan kontak.		semua dimensi tersebut, dimensi privasi memiliki pengaruh yang paling tinggi terhadap kepuasan pelanggan Shopee di Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY).	mempengaruhi kepuasan konsumen yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
6.	“Integrating E-Servqual and Kano Model to Improve Adorable Projects <i>Website Service Quality</i> ” 2019 [9].	Perbedaan penelitian yang terdahulu dan penelitian yang sedang dilakukan adalah berbeda pada objek, objek penelitian terdahulu adalah situs <i>website adorable project</i> dan menggunakan dua metode sedangkan penelitian yang sedang dilakukan adalah <i>website</i>	Penelitian ini bertujuan untuk menentukan klasifikasi kebutuhan atribut dalam layanan pembelian melalui situs web Adorable Projects dengan menggunakan integrasi <i>e-ServQual</i> dan Model Kano.	Pada penelitian terdahulu tidak dilampirkan perhitungan <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i> .	Hasil penelitian ini terdapat 24 atribut dalam kategori harus ada, dua atribut dalam kategori satu dimensi, tiga atribut dalam kategori menarik, dan empat atribut dalam kategori acuh tak acuh. Prioritas strategi dalam pengembangan kualitas layanan adalah dengan meningkatkan keragaman fitur pengiriman layanan	Kesimpulan penelitian ini menghasilkan rekomendasi strategi yang seharusnya dilakukan oleh Adorable Projects dalam meningkatkan kualitas layanan melalui situs web. Pendekatan yang dilakukan adalah dengan menyediakan pilihan pengiriman produk yang lebih beragam dan ketersediaan informasi ulasan produk, serta ketersediaan informasi biaya pengiriman dari berbagai penyedia layanan pengiriman yang

No.	Judul	Compare	Contrasting	Critize	Shynthesize	Summarize
		bank BPR Purwokerto.			dan fitur ulasan produk.	memudahkan pelanggan dalam menghitung perhitungan biaya.
7.	“Dimensi <i>E-Servqual</i> dan Dampaknya Terhadap <i>E-Satisfaction</i> Layanan Mobile Banking” 2021 [10].	Perbedaan penelitian yang terdahulu dan penelitian yang sedang dilakukan adalah berbeda pada objek, objek penelitian terdahulu adalah <i>mobile banking</i> BRI Syariah sedangkan penelitian yang sedang dilakukan adalah <i>website</i> bank BPR Purwokerto.	Penelitian ini bertujuan untuk menentukan pengaruh <i>e-ServQual</i> terhadap <i>e-Satisfaction</i> pada nasabah mobile banking.	Penelitian ini hanya mengukur kepuasan mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim yang menabung di BRI Syariah.	hasil penelitian ini, ditemukan bahwa dari enam variabel <i>e-ServQual</i> yang diteliti, hanya variabel pemenuhan, privasi, dan responsivitas yang memiliki hubungan yang signifikan dengan kepuasan nasabah mobile banking BRI Syariah di UIN Suska Riau. Sementara itu, variabel efisiensi, keandalan, dan kontak tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dalam konteks ini, keenam variabel <i>e-ServQual</i> tersebut secara	Kesimpulan penelitian ini menunjukkan bahwa dari enam dimensi kualitas layanan elektronik yang diteliti, yaitu <i>responsiveness</i> (responsivitas), <i>privacy</i> (privasi), dan <i>fullfilment</i> (pemenuhan), memiliki korelasi positif yang signifikan terhadap kualitas layanan elektronik yang dirasakan oleh nasabah. Namun, dimensi <i>efficiency</i> (efisiensi), <i>reliability</i> (keandalan), dan <i>contact</i> (kontak) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kualitas layanan elektronik bagi nasabah BRI Syariah UIN Sultan Syarif Kasim.

No.	Judul	Compare	Contrasting	Critize	Shynthesize	Summarize
					bersama-sama memberikan kontribusi sebesar 62,7% terhadap variabel kepuasan nasabah (<i>e-satisfaction</i>), sedangkan 37% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.	
8.	“ <i>E-Satisfaction as a Mediating Variable the Influence of E-Service Quality on E-WOM in Linkaja Syariah Users</i> ” 2023 [11].	Perbedaan penelitian yang terdahulu dan penelitian yang sedang dilakukan adalah berbeda pada objek, objek penelitian terdahulu adalah Linkaja Syariah sedangkan penelitian yang sedang dilakukan adalah website bank BPR Purwokerto.	Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menyelidiki pengaruh kualitas layanan elektronik (<i>e-service quality</i>) terhadap <i>e-WOM</i> (<i>electronic word-of-mouth</i>) melalui variabel mediasi kepuasan elektronik (<i>e-satisfaction</i>)	Pada penelitian terdahulu tidak dilampirkan perhitungan <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI).	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan elektronik (<i>e-service quality</i>) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap <i>E-WOM</i> , yang berarti bahwa pengalaman positif dalam menggunakan layanan elektronik cenderung meningkatkan kemungkinan pelanggan untuk	Kesimpulan penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan elektronik memiliki pengaruh langsung terhadap <i>E-WOM</i> , dan kualitas layanan elektronik memiliki pengaruh langsung terhadap kepuasan elektronik (<i>e-satisfaction</i>), sedangkan kepuasan elektronik dapat menjadi mediator antara pengaruh kualitas layanan

No.	Judul	Compare	Contrasting	Critize	Shynthesize	Summarize
			<p>pada pengguna Linkaja Syariah di Kota Malang. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi hubungan antara kualitas layanan elektronik dengan <i>e-WOM</i>, serta peran kepuasan elektronik sebagai mediator dalam hubungan tersebut. Fokus penelitian ini adalah pada pengguna aplikasi Linkaja Syariah di Kota Malang.</p>		<p>memberikan rekomendasi atau ulasan positif secara elektronik. Selain itu, ditemukan bahwa kualitas layanan elektronik juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan elektronik (<i>e-satisfaction</i>). Selanjutnya, kepuasan elektronik juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap <i>E-WOM</i>. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan terhadap layanan elektronik dapat memediasi hubungan antara kualitas layanan elektronik dan <i>E-WOM</i>.</p>	<p>elektronik terhadap <i>E-WOM</i>.</p>
9.	“Pengaruh Penggunaan Bsi Mobile	Perbedaan penelitian yang	Tujuan penelitian ini	Pada penelitian	Hasil penelitian ini ditemukan bahwa	Kesimpulan dari penelitian ini bahwa penggunaan BSI

No.	Judul	Compare	Contrasting	Critize	Shynthesize	Summarize
	Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bsi Cabang Jenggolo” 2023 [12].	terdahulu dan penelitian yang sedang dilakukan adalah berbeda pada objek, objek penelitian terdahulu adalah BSI Mobile sedangkan penelitian yang sedang dilakukan adalah <i>website</i> bank BPR Purwokerto.	adalah untuk mengevaluasi kualitas aplikasi BSI Mobile dalam hal fitur yang disediakan, layanan yang diberikan, dan kepuasan nasabah terhadap aplikasi tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana fungsi-fungsi aplikasi BSI Mobile memenuhi kebutuhan dan harapan nasabah, serta sejauh mana kepuasan nasabah terhadap	terdahulu tidak dilampirkan perhitungan <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI).	kepuasan nasabah terhadap BSI Mobile cabang Jenggolo sangat dipengaruhi oleh kualitas layanan dan fitur produk perusahaan. Hasil ini memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000, yang menunjukkan bahwa pengaruh kualitas layanan dan fitur produk terhadap kepuasan nasabah adalah signifikan secara statistik. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin baik kualitas layanan dan fitur produk yang disediakan oleh BSI Mobile, semakin tinggi tingkat kepuasan nasabah terhadap aplikasi tersebut di cabang Jenggolo.	Mobile memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di BSI cabang Jenggolo. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah merasa puas dengan penggunaan aplikasi tersebut karena mampu memahami dan menjelaskan serta memberikan contoh tentang transaksi yang dibutuhkan. Penggunaan BSI Mobile memberikan bantuan dalam pemahaman dan kemudahan dalam bertransaksi, sehingga nasabah merasa puas dengan pengalaman mereka menggunakan aplikasi tersebut.

No.	Judul	<i>Compare</i>	<i>Contrasting</i>	<i>Critize</i>	<i>Shynthesize</i>	<i>Summarize</i>
			penggunaan aplikasi tersebut.			
10.	“Kualitas Layanan Elektronik, Harga Dan Persepsi Manfaat Fitur Go-Pay Terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek Di Kota Padang” 2021 [13].	Perbedaan penelitian yang terdahulu dan penelitian yang sedang dilakukan adalah berbeda pada objek, objek penelitian terdahulu adalah aplikasi Go-Pay sedangkan penelitian yang sedang dilakukan adalah <i>website</i> bank BPR Purwokerto.	Penelitian ini bertujuan untuk menguji hubungan antara pengaruh kualitas layanan elektronik, harga, dan persepsi manfaat fitur Go-Pay terhadap kepuasan pelanggan Gojek di kota Padang.	Penelitian terdahulu tidak dilampirkan perhitungan <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI).	Hasil penelitian, ditemukan bahwa kualitas layanan elektronik memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, Selain itu, harga juga memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. penelitian ini juga menunjukkan bahwa persepsi manfaat fitur Go-Pay tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan Pelanggan.	Kesimpulan dari penelitian ini bahwa kualitas layanan elektronik dan harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan namun persepsi manfaat tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

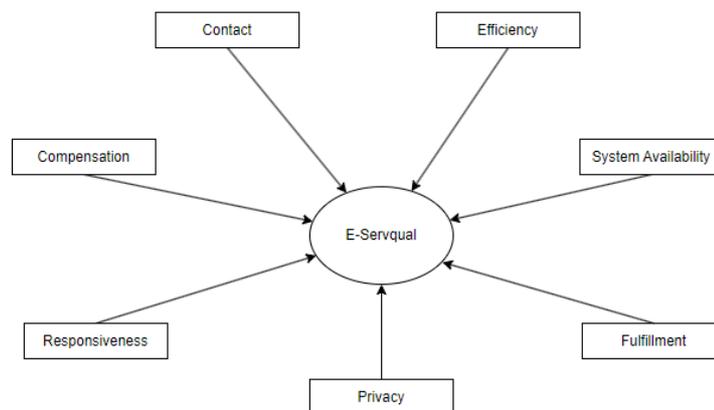
2.3 Dasar Teori

2.3.1 Layanan Elektronik

Layanan elektronik merupakan suatu perilaku atau usaha yang diperantarai oleh teknologi informasi. Layanan elektronik terdapat tiga komponen berupa saluran pelayanan yang berupa teknologi, penerima layanan dan penyedia layanan itu sendiri. selain itu salah satu yang membantu layanan elektronik dapat tersampaikan dengan baik tentunya menggunakan internet dengan *platform website* atau aplikasi sedangkan layanan elektronik juga dapat menggunakan saluran klasik seperti telepon, *call center* dan lain-lainnya.

2.3.2 E-Servqual

E-Servqual merupakan singkatan dari *Electronic Service Quality*



Gambar 2. 1 Metode *E-Servqual* [14]

merupakan sebuah konsep di mana sebuah situs web dapat memfasilitasi konsumen dengan cara yang mudah dan efisien dalam melakukan berbagai aktivitas seperti berbelanja, bertransaksi, dan mendapatkan produk serta layanan. Konsep ini melibatkan fasilitas yang memungkinkan konsumen untuk dapat melakukan akses didalam

situs, melakukan pencarian informasi, serta melakukan evaluasi terhadap produk [14]. Analisis ini, akan menggunakan dimensi-dimensi yang mencakup aspek-aspek utama yang telah digunakan dalam penelitian sebelumnya. Dimensi-dimensi yang terlihat pada gambar 2.3 antara lain

meliputi Efisiensi, Pemenuhan, Ketersediaan Sistem, Keamanan, Responsivitas, Kompensasi, dan Kontak [15].

2.3.3 Skala Likert

Skala Likert, merupakan salah satu metode yang diperkenalkan oleh Rensis Likert pada tahun 1932, menjadi salah satu alat pengukuran yang sangat umum digunakan dalam penelitian ilmiah. Namun, dalam konteks penelitian di Indonesia, Dr. Sugiyono, seorang ahli metodologi penelitian terkemuka, juga memberikan kontribusi penting terhadap pengembangan skala Likert. Berbagai karyanya, terutama bukunya yang terkenal, "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D," Sugiyono memperkenalkan konsep skala Likert sebagai alat pengukuran sikap dan pendapat responden terhadap suatu fenomena atau topik tertentu.

Skala Likert yang dikembangkan oleh Sugiyono umumnya terdiri dari serangkaian pernyataan atau item yang berkaitan dengan variabel yang sedang diteliti. Responden diminta untuk mengekspresikan tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan mereka terhadap setiap pernyataan dengan menggunakan skala ordinal, biasanya dari 1 hingga 5 atau 1 hingga 7. Nilai tersebut mencerminkan tingkat intensitas atau kekuatan pandangan responden terhadap pernyataan tersebut. Skala Likert buatan Sugiyono sering digunakan untuk mengukur variabel-variabel seperti sikap, persepsi, dan preferensi dalam berbagai penelitian di Indonesia. Kesederhanaan penggunaan dan interpretasi hasil membuat skala Likert ini menjadi alat yang efektif dalam menganalisis data kuantitatif yang diperoleh dari responden dengan cara yang lebih terstruktur. Sugiyono telah membantu mengembangkan metodologi penelitian di Indonesia dan memudahkan para peneliti dalam menggali wawasan mendalam mengenai pandangan masyarakat terhadap berbagai aspek kehidupan.

2.3.4 Smart PLS

Smart-PLS adalah perangkat lunak pengolah data yang dirancang khusus untuk menganalisis data dengan pendekatan *Variance Based Structural Equation Modeling* (SEM), yang umumnya dikenal sebagai PLS (*Partial Least Squares*). PLS adalah salah satu teknik statistik multivariat

dengan kemampuan untuk mengatasi sejumlah besar variabel respons dan variabel eksplanatori secara bersamaan. Keunggulan utama dari penggunaan perangkat lunak ini adalah menjadi alternatif yang sangat relevan untuk pelaksanaan metode dalam melakukan analisis berbentuk data. Bootstrapping, sebagai suatu cara yang digunakan dalam pengolahan suatu data pada aplikasi ini, memberikan keleluasaan dalam menghitung uji normalitas tanpa memerlukan syarat minimum sampel. Oleh karena itu, Smart-PLS menawarkan solusi yang efektif dan efisien dalam menganalisis data dengan kompleksitas tinggi, membantu penelitian dan praktisi untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang hubungan antar variabel dalam suatu model. Berikut logo dari smart PLS dapat dilihat pada gambar 2.4.



Gambar 2. 2 Logo SmartPLS [17]

Selain itu, Smart-PLS juga memberikan fleksibilitas yang signifikan dalam menangani berbagai jenis data, termasuk data non-normal atau berdistribusi non-parametrik. Keunggulan ini membuatnya sangat relevan untuk berbagai disiplin ilmu, seperti ilmu sosial, ekonomi, dan manajemen, di mana data seringkali kompleks dan tidak selalu mengikuti distribusi normal. Penggunaan teknik *Partial Least Squares*, Smart-PLS memungkinkan peneliti untuk mengatasi masalah multikolinearitas, mengidentifikasi dan mengukur efek langsung dan tidak langsung antar variabel, serta memodelkan hubungan kompleks dalam suatu kerangka kerja konseptual. Selain itu, fitur *bootstrapping* pada aplikasi ini memberikan keandalan tambahan dalam mengevaluasi signifikansi statistik dari parameter model. Sebagai alat analisis yang komprehensif, Smart-PLS menjembatani kesenjangan antara keandalan statistik dan aplikasi praktis, membantu penelitian dan profesional untuk membuat keputusan yang informasional dan berbasis bukti.

Proses keberlanjutan penelitian, Smart-PLS juga memiliki keunggulan dalam melakukan *model comparison* dan *cross-validation*, memungkinkan penelitian untuk menguji dan memvalidasi model mereka secara lebih luas. Keakuratan hasil analisis dapat ditingkatkan melalui iterasi yang cermat, memungkinkan penelitian untuk memahami variabilitas yang mungkin terjadi dalam model mereka. Selain itu, kemampuan Smart-PLS untuk menangani *non-linearity* dan efek moderasi membuka peluang lebih lanjut untuk eksplorasi fenomena kompleks dalam data.

Pentingnya *interpretability* hasil analisis juga tidak diabaikan, karena Smart-PLS menyediakan grafik dan ringkasan yang mudah dipahami, mempermudah komunikasi hasil penelitian kepada berbagai pemangku kepentingan. Dengan integrasi teknologi informasi terkini dan *user-friendly interface*, Smart-PLS menjadi alat yang dapat diakses oleh penelitian dari berbagai latar belakang ilmiah. Kelebihan ini menjadikannya pilihan yang menarik dalam mendukung proyek penelitian yang berfokus pada analisis struktural hubungan antarvariabel dengan pendekatan *Variance Based SEM* [17].

2.3.5 Validitas dan Realibilitas

Uji validitas memiliki peranan penting dalam konteks penelitian karena memberikan kerangka kerja untuk menilai sejauh mana instrumen penelitian mampu mengukur secara akurat dan konsisten variabel atau konstruk yang seharusnya diukur. Tingkat validitas sebuah penelitian mencerminkan sejauh mana instrumen tersebut benar-benar mencapai tujuannya dan memberikan hasil yang dapat diandalkan. Validitas tinggi menunjukkan bahwa instrumen tersebut efektif dalam mengukur apa yang seharusnya diukur, meningkatkan kepercayaan terhadap keabsahan temuan penelitian. Sebaliknya, uji reliabilitas bertujuan untuk mengevaluasi akurasi dan konsistensi instrumen penelitian. Uji reliabilitas, peneliti dapat memastikan bahwa instrumen yang digunakan memberikan hasil yang konsisten jika diaplikasikan secara berulang-ulang pada sampel yang sama. Oleh karena itu, uji validitas dan reliabilitas merupakan langkah-langkah esensial dalam memastikan

keandalan dan ketepatan instrumen penelitian, memastikan bahwa temuan penelitian dapat diandalkan dan memiliki dampak yang signifikan [25].

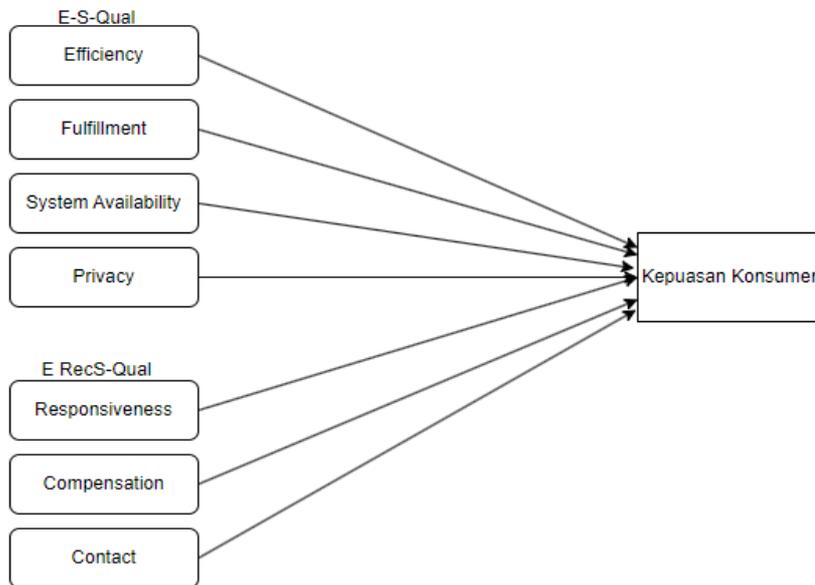
2.3.6 Populasi serta Sample

Populasi sendiri merupakan suatu wilayah yang digeneralisasikan sebagai suatu objek atau subyek-subyek dengan kualitas serta ciri-ciri tertentu yang dapat dipelajari dan ditarik kesimpulannya berdasarkan keputusan penelitian. Populasi mencakup seluruh karakteristik, bukan hanya jumlah subjek atau objek yang diteliti. Populasi penelitian ini terdiri dari pengguna yang mengunjungi *website* PT. BPR BKK Purwokerto (Perseroda).

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan jenis populasi. Memutuskan di mana akan mengambil sampel populasi memerlukan teknik pengambilan sampel, atau teknik pengambilan sampel. Penelitian ini menggunakan teknik non-probability sampling. Teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan yang sama kepada seluruh unsur atau anggota populasi sampel. Sampel non-probabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampel purposive, yaitu sampel yang menerapkan kriteria atau aspek tertentu dalam teknik pengambilan sampel.

Sampel penelitian ini adalah pengguna *website* PT. BPR BKK Purwokerto (Perseroda), yaitu mereka yang sebelumnya telah menggunakan situs tersebut dalam batas usia lebih dari 17 tahun dan berlokasi di Purwokerto. Sampel ini dipilih karena mereka yang telah menggunakan layanan situs biasanya lebih berpengalaman untuk mengevaluasi secara objektif, mengingat pengalamannya pada saat itu menggunakan PT. BPR BKK Purwokerto (Perseroda). [16]

2.3.7 Kerangka Teori



Gambar 2. 3 Kerangka teori

ESQual (*E-S-Qual*) adalah alat evaluasi kepuasan pelanggan dalam konteks layanan elektronik. Alat ini mengukur kualitas layanan dengan fokus pada empat dimensi utama yang dapat dilihat pada gambar 2.5. Variabel pertama yaitu *Efficiency* (efisiensi) merupakan kemudahan dan kecepatan dalam mengakses situs tersebut. Kedua yaitu *Fulfillment* (penyelesaian) : segala macam transaksi yang dilakukan dapat diselesaikan sesuai harapan. Ketiga, *System Availability* (ketersediaan sistem) : segala macam fungsi teknik yang tersedia dapat berjalan dengan lancar. Terakhir yaitu *Privacy* (rahasia pribadi) : memberikan suatu keamanan dan jaminan terhadap data-data individu / pribadi. Terakhir, keamanan transaksi menitikberatkan pada sejauh mana sistem dapat menjamin keamanan transaksi online, melibatkan perlindungan data dan informasi pelanggan. Melalui pengukuran pada dimensi-dimensi ini, *ESQual* memberikan pandangan holistik untuk membantu organisasi meningkatkan kualitas layanan elektronik mereka dan memahami kebutuhan serta persepsi pelanggan di lingkungan digital [17].

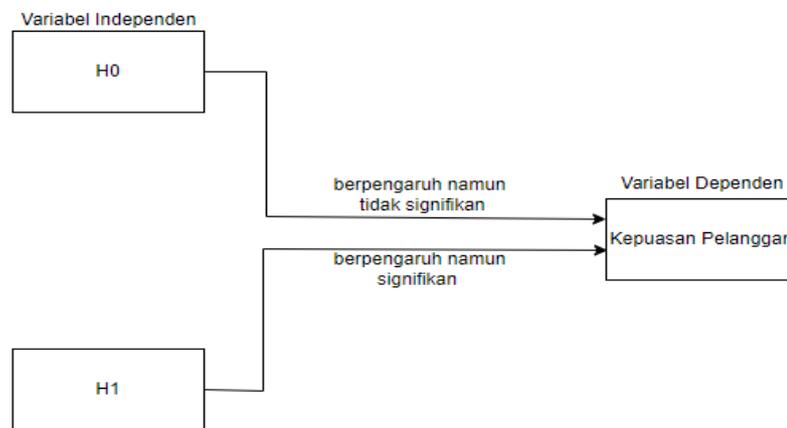
E-RecS-Qual, merupakan konsep kualitas layanan pemulihan yang dikhususkan untuk pelanggan dengan interaksi, seperti pengembalian barang atau klaim garansi. Dalam studi kasus ini, fokusnya adalah pada kesiapan sebuah website dalam menangani permasalahan pengguna dan memberikan saran atau solusi pemecahan masalah dengan efektif. *E-RecS-Qual* memainkan peran penting dalam menilai dan meningkatkan kualitas layanan pemulihan elektronik, yang krusial untuk membangun kepercayaan pelanggan dan menjaga interaksi yang berkelanjutan dengan platform *online*. *E-RecS-Qual* memiliki beberapa dimensi yaitu yang pertama adalah *Responsiveness* (responsif) memberikan tanggapan dengan cepat pada situs tersebut. Kedua *Compensation* (kompensasi) merupakan tingkat kompensasi yang dapat diterima oleh nasabah bila terjadi masalah. Terakhir yaitu *Contact* (kontak) : ketersediaan customer service melalui telepon atau perwakilan dalam fasilitas pendukung online [18].

Metode *E-Servqual* atau kualitas layanan elektronik merupakan suatu pendekatan untuk menilai kualitas layanan elektronik atau online [19]. Kerangka teori *E-Servqual* dikembangkan dengan mengadaptasi model *Servqual*, yang awalnya digunakan untuk mengukur kualitas layanan tradisional. Model *E-Servqual* terdiri dari lima dimensi kualitas layanan: keandalan, daya tanggap, keamanan, empati, dan tata kelola situs web. Keandalan mencakup sejauh mana sistem atau layanan elektronik dapat berfungsi secara konsisten tanpa gangguan. Daya tanggap mengukur seberapa cepat penyedia layanan elektronik dapat merespons kebutuhan pengguna. Jaminan menekankan kepercayaan dan keamanan pengguna terhadap layanan elektronik. Empati menilai seberapa baik penyedia layanan dapat memahami dan merespons kebutuhan pengguna dengan tepat. Terakhir, tata kelola situs mengevaluasi elemen fisik dan navigasi dalam situs web [20].

Penerapan metode *E-Servqual* seringkali melibatkan pengumpulan data melalui survei online atau kuesioner yang disesuaikan dengan tujuh dimensi

tersebut [21]. Proses menganalisis tanggapan pengguna terhadap pertanyaan dalam setiap dimensi, penyedia layanan dapat mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki atau ditingkatkan [22]. Melalui kerangka teori *E-Servqual*, perusahaan atau organisasi dapat mengoptimalkan pengalaman pengguna dalam interaksi elektronik, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan pada akhirnya, membangun reputasi yang positif di ranah daring [23].

2.3.8 Rumusan Hipotesis



Gambar 2. 4 Rumusan hipotesis

Rumusan hipotesis yang digunakan pada penelitian, mengadopsi pada variabel independent berupa H0 dan H1 serta variabel dependen pada kepuasan pelanggan terlihat pada gambar 2.6 sebagai berikut :

- a. Hubungan antara *Efficiency* terhadap kepuasan nasabah

Efficiency dalam konteks sistem informasi memang berfokus pada memudahkan pengguna dalam menggunakan platform tersebut. Melibatkan faktor-faktor seperti kemudahan pencarian produk di situs atau aplikasi, kecepatan akses, serta kecepatan proses transaksi. [24]

Efficiency dalam konteks pengalaman pengguna dalam menggunakan sebuah layanan sistem informasi berkaitan dengan

kemampuan pelanggan untuk mengakses situs web dengan mudah dan cepat. [25]

Penelitian yang dilakukan oleh Ekowati, dkk. [26] Berjudul “Analisis Kualitas Layanan Website Erafone terhadap Kepuasan Pelanggan menggunakan E-S-Qual dan E-Recs-Qual” hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *Efficiency* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh Rosyid, dkk. [27] Berjudul “Pengaruh E-servqual dan Kepuasan Pengguna Mobile Banking (M-Banking) terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank BCA di Bandung” hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *Efficiency* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Penelitian yang dilakukan oleh Liem et al. [28] Judul “Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Mobile Banking PT.Bank XYZ Wilayah Airmadidi Menggunakan E-Servqual” hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *Efficiency* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh Billyarta et al. [8] Judul “Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik (*E-Servqual*) terhadap Kepuasan Konsumen pada Marketplace Shopee di Sleman DIY” hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *Efficiency* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian yang dilakukan oleh Permana et al. [29] Judul “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik (*E-Service Quality*) terhadap Kepuasan Pelanggan Shopee di Bandung” hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *Efficiency* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

H0 : *Efficiency* berpengaruh dan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah

- b. Hubungan antara *Fullfilment* terhadap kepuasan nasabah

Fulfillment dalam konteks system informasi memang mencakup kemudahan pelanggan dalam melakukan transaksi pembayaran atau transaksi lainnya [24]. *Fulfillment* dalam konteks e-commerce, seperti Shopee, mencakup sejauh mana janji yang dibuat oleh platform mengenai ketersediaan stok produk dan pengiriman produk sesuai dengan waktu yang dijanjikan kepada pelanggan [25].

Penelitian yang dilakukan oleh Ekowati et al [26]. Berjudul “Analisis Kualitas Layanan Website Erafone terhadap Kepuasan Pelanggan menggunakan E-S-Qual dan E-Recs-Qual” hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *Fulfillment* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh Liem et al [28]. Dengan judul “Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Mobile Banking PT. Bank XYZ Wilayah Airmadidi Menggunakan E-Servqual” hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *Fulfillment* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh Billyarta et al [8]. Dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik (E-Servqual) terhadap Kepuasan Konsumen pada Marketplace Shopee di Sleman DIY” hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *Fulfillment* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian yang dilakukan oleh Permana et al [29]. Dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik (*E-Service Quality*) terhadap Kepuasan Pelanggan Shopee di Bandung” hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *Fulfillment* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

H0 : *Fulfillment* berpengaruh dan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah

- c. Hubungan antara *System Availability* terhadap kepuasan nasabah

System Availability mengacu pada ketersediaan dan kinerja sistem atau platform *e-commerce* itu sendiri, melibatkan sejauh mana sistem *e-commerce* dapat diakses dan beroperasi tanpa gangguan [24].

System Availability mengacu pada fungsionalitas teknis situs yang terkait, terutama sejauh mana perusahaan dapat menyediakan layanan yang akurat dan bebas dari kesalahan, serta beroperasi sesuai dengan yang diharapkan [26].

Penelitian yang dilakukan oleh Ekowati et al [26]. Dengan judul “Analisis Kualitas Layanan Website Erafone terhadap Kepuasan Pelanggan menggunakan E-S-Qual dan E-Recs-Qual” hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *System Availability* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh Permana et al [29]. Dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik (E-Service Quality) terhadap Kepuasan Pelanggan Shopee di Bandung” hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *System Availability* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

H0 : *System Availability* berpengaruh dan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah

d. Hubungan antara *Privacy* terhadap kepuasan nasabah

Privacy merupakan dimensi yang berperan dalam menciptakan rasa aman bagi pelanggan, baik dalam hal perlindungan data pribadi pelanggan maupun saat melakukan transaksi [24]. *Privacy* melibatkan jaminan bahwa data perilaku berbelanja pelanggan tidak akan dibagikan kepada pihak lain dan bahwa informasi kartu kredit pelanggan akan tetap aman dan terjamin keamanannya [25].

Penelitian yang dilakukan oleh Ekowati et al [26]. Dengan judul “Analisis Kualitas Layanan Website Erafone terhadap Kepuasan Pelanggan menggunakan E-S-Qual dan E-Recs-Qual”

hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *Privacy* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh Liem et al [28]. Dengan judul “Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Mobile Banking PT. Bank XYZ Wilayah Airmadidi Menggunakan E-Servqual” hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *Privacy* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh Billyarta et al [8]. Dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik (E-Servqual) terhadap Kepuasan Konsumen pada Marketplace Shopee di Sleman DIY” hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *Privacy* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian yang dilakukan oleh Permana et al [29]. Dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik (E-Service Quality) terhadap Kepuasan Pelanggan Shopee di Bandung” hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *Privacy* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

H0 : *Privacy* berpengaruh dan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah

- e. Hubungan antara *Responsiveness* terhadap kepuasan nasabah

Responsiveness adalah kemampuan sebuah sistem informasi untuk memberikan pelayanan yang cepat dan akurat, dengan tujuan memberikan kemudahan kepada pengguna [24]. *Responsiveness* adalah kemampuan penjual untuk memberikan informasi yang tepat kepada pelanggan saat terjadi masalah, memiliki proses yang efektif untuk menangani pengembalian produk, serta menyediakan garansi online [25].

Penelitian yang dilakukan oleh Rosyid et al [27]. Berjudul “Pengaruh E-servqual dan Kepuasan Pengguna Mobile Banking (M-Banking) terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank BCA di Bandung” hasil penelitiannya menunjukkan bahwa

Responsiveness memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Penelitian yang dilakukan oleh Liem et al [28]. Berjudul “Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Mobile Banking PT. Bank XYZ Wilayah Airmadidi Menggunakan E-Servqual” hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *Responsiveness* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh Billyarta et al [8]. Berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik (E-Servqual) terhadap Kepuasan Konsumen pada Marketplace Shopee di Sleman DIY” hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *Responsiveness* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian yang dilakukan oleh Permana et al [29]. Dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik (*E-Service Quality*) terhadap Kepuasan Pelanggan Shopee di Bandung” hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *Responsiveness* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

H0 : *Responsiveness* berpengaruh dan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah

- f. Hubungan antara *Compensation* terhadap kepuasan nasabah

Compensation merupakan upaya untuk membangun rasa kepercayaan dan keyakinan konsumen terhadap produk yang ditawarkan [24]. *Compensation* merupakan proses pengembalian uang, pertukaran barang, biaya pengiriman, biaya penanganan produk, serta menyediakan garansi online [25].

Penelitian yang dilakukan oleh Ekowati et al [26]. Dengan judul “Analisis Kualitas Layanan Website Erafone terhadap Kepuasan Pelanggan menggunakan *E-S-Qual* dan *E-Recs-Qual*” hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *Compensation* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh Liem et al [28]. Berjudul

“Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Mobile Banking PT. Bank XYZ Wilayah Airmadidi Menggunakan E-Servqual” hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *Compensation* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh Billyarta et al [8]. Dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik (E-Servqual) terhadap Kepuasan Konsumen pada Marketplace Shopee di SlemanDIY” hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *Compensation* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian yang dilakukan oleh Permana et al [29]. Dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik (*E-Service Quality*) terhadap Kepuasan Pelanggan Shopee di Bandung” hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *Compensation* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

H0 : *Compensation* berpengaruh dan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah

g. Hubungan antara *Contact* terhadap kepuasan nasabah

Contact berperan dalam memfasilitasi pelanggan dalam menghubungi *customer service* yang telah disediakan, dengan tujuan untuk memberikan kemudahan dalam mendapatkan bantuan atau informasi yang dibutuhkan [24]. *Contact* mencerminkan kebutuhan pelanggan untuk dapat berkomunikasi dengan staf layanan pelanggan secara *online* atau melalui telepon. [25].

Penelitian yang dilakukan oleh Ekowati et al [15]. Berjudul “Analisis Kualitas Layanan Website Erafone terhadap Kepuasan Pelanggan menggunakan *E-S-Qual* dan *E-Recs-Qual*” hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *Contact* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh Liem et al [28]. Berjudul “Analisis Kepuasan

Pelanggan Terhadap Pelayanan Mobile Banking PT. Bank XYZ Wilayah Airmadidi Menggunakan E-Servqual” hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *Contact* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh Billyarta et al [8]. Berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik (*E-Servqual*) terhadap Kepuasan Konsumen pada Marketplace Shopee di Sleman DIY” hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *Contact* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian yang dilakukan oleh Permana et al [29]. Dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik (*E-Service Quality*) terhadap Kepuasan Pelanggan Shopee di Bandung” hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *Contact* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

H0 : *Contact* berpengaruh dan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah

