

**Analisis E-Service Quality Dalam Penggunaan Layanan Mobile Banking
Menggunakan Metode Important Performance Analysis (IPA):
Studi Kasus pada Nasabah Bank Kalbar Cabang Sanggau Tahun 2023**

Gusvionita Maiyora¹, Ati Mustikasari²
Program Studi Manajemen Pemasaran, Universitas Telkom^{1,2}
gusvionitamaiyora@student.telkomuniversity.ac.id¹,
atimustikasari@telkomuniversity.ac.id²

ABSTRACT

Today's, the use of mobile banking has become more widespread, with most banks providing mobile banking services that are equipped with attractive features. People also switch from conventional transactions to mobile banking. Therefore, this study aims to measure user expectations for the quality of e-service services from the Mobile Bank Kalbar application and assess user satisfaction in using it. This research method involves quantitative analysis involving 100 respondents using Mobile Bank Kalbar. Data was collected through interviews, questionnaires, observation, and literature study. The results of the study show that the implementation of E-service Quality in mobile banking is quite good, although user expectations for the service are still low, so further improvements are needed in mobile banking services.

Keywords: E-Service Quality; Importance Performance Analysis; Customer Satisfaction Index.

ABSTRAK

Penggunaan *mobile banking* telah semakin luas saat ini, dengan sebagian besar bank menyediakan layanan *mobile banking* yang dilengkapi dengan fitur menarik. Masyarakat pun beralih dari transaksi konvensional ke *mobile banking*. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengukur harapan pengguna terhadap kualitas layanan e-service dari aplikasi Mobile Bank Kalbar dan menilai kepuasan pengguna dalam menggunakannya. Metode penelitian ini melibatkan analisis kuantitatif dengan melibatkan 100 responden pengguna Mobile Bank Kalbar. Data dikumpulkan melalui wawancara, kuesioner, observasi, dan studi pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan *E-service Quality* pada *mobile banking* ini sudah cukup baik, meskipun harapan pengguna terhadap layanan tersebut masih rendah, sehingga diperlukan peningkatan lebih lanjut dalam layanan *mobile banking*.

Kata kunci: Kualitas Layanan Elektronik; Analisis Kinerja; Indeks Kepuasan Pelanggan.

PENDAHULUAN

Sebagaimana yang umumnya diketahui, perkembangan teknologi digital marketing terus berkembang seiring berjalannya waktu, memudahkan berbagai aspek kehidupan dengan meningkatnya pemanfaatan digital marketing. Menurut Saputra et al. (2020, p. 1), digital marketing semakin diminati dan menggantikan

pemasaran konvensional secara perlahan. Digital marketing sendiri merujuk pada promosi dan pemasaran produk serta merek melalui platform digital dan internet.

Di era digital ini, pemasaran melalui media digital sangat penting, terutama dengan munculnya pandemi Covid-19 dan new normal. Teknologi digital, internet, dan media sosial menjadi kebutuhan utama dalam berbagai aspek kehidupan seperti informasi, komunikasi, pekerjaan, dan pendidikan. Selain itu, pembatasan mobilitas selama pandemi mendorong perkembangan layanan telekomunikasi di luar rumah.

Dalam mendukung perkembangan ini, teknologi informasi dan layanan penjualan online dari sektor perbankan juga mengalami evolusi. Semua bank di Indonesia telah menyediakan layanan *mobile banking* untuk memudahkan nasabahnya. E-commerce, sebagai aktivitas jual beli melalui internet, memiliki tujuan meningkatkan operasional bank dan pelayanan kepada nasabahnya.

Bank-bank di Indonesia juga telah meningkatkan investasi dalam teknologi, seperti yang tercatat oleh OJK, dengan meningkatnya investasi bank-bank tersebut sebesar Rp 7,74 triliun per September 2018 dari Rp 6,06 triliun per September 2016.

Mobile banking yang disediakan oleh bank memudahkan transaksi melalui media elektronik yang terhubung dengan internet. E-banking meliputi berbagai layanan seperti ATM, Phone Banking, internet banking, sms banking, dan *mobile banking*, yang membantu meningkatkan efisiensi, efektivitas, dan produktivitas sambil memungkinkan pengguna untuk melakukan berbagai transaksi secara online, termasuk pengecekan saldo dan pembelian, tanpa harus pergi ke bank, sehingga menghemat waktu.

Menurut data dari OJK, pengguna *mobile banking* meningkat sebesar 270%, dari 13,6 juta nasabah pada 2012 menjadi 50,4 juta nasabah pada 2016, yang mencerminkan perubahan perilaku dan kebutuhan masyarakat dalam memanfaatkan teknologi digital untuk aktivitas perbankan mereka.



Gambar 1. Tampilan Landing Page Bank Kalbar Mobile

Dalam upaya memberikan kenyamanan kepada nasabah, Bank Kalimantan Barat telah mempersembahkan sejumlah fitur dalam layanan *Mobile Banking*. Salah satu di antaranya adalah kemudahan pembayaran Pajak Daerah Kalimantan Barat seperti PBB, BPHTB, Pajak MPN, dan E-samsat. Pemilihan fitur ini didasarkan pada pertimbangan penting karena kelengkapan fitur menjadi faktor utama dalam

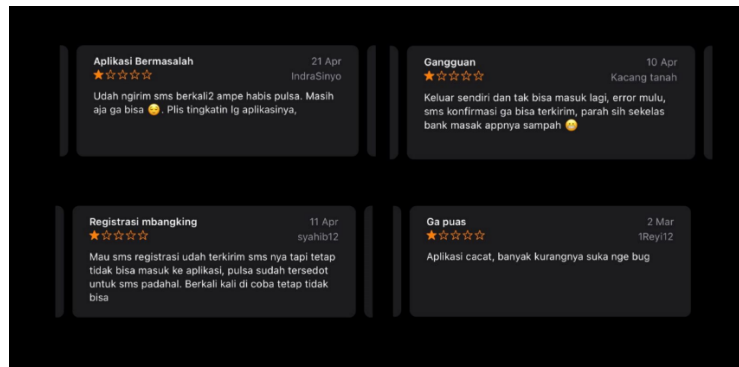
transaksi online, mengatasi jarak yang harus di atasi, teknologi yang memfasilitasi transaksi, serta layanan yang tidak melibatkan tatap muka dengan teller bank.

Kualitas layanan juga menjadi aspek penting yang diperhatikan. Saat ini, perusahaan-perusahaan jasa bersaing untuk menawarkan beragam layanan terbaik guna meningkatkan nilai dan kegunaan layanan mereka. Kepercayaan juga menjadi pertimbangan utama, karena menggunakan layanan *Mobile Banking* tidak berarti bebas dari risiko. Secara esensial, transaksi *Mobile Banking* semakin mengurangi keterlibatan fisik dan lebih menekankan pada transaksi yang berlangsung dalam dunia maya yang rentan terhadap risiko.



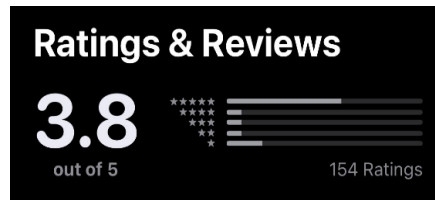
Gambar 2. Menu Pembayaran Bank Kalbar

Berdasarkan tampilan fitur Mobile Bank Kalbar yang komprehensif, dapat disimpulkan bahwa Bank Pembangunan Daerah Kalimantan Barat telah berhasil mengimplementasikan layanan berkualitas. Mereka telah mengembangkan solusi pelayanan elektronik untuk nasabah dengan memanfaatkan teknologi yang terus berkembang. Penyediaan fasilitas ini dalam bentuk aplikasi Mobile Bank Kalbar memberikan kemudahan bagi nasabah dalam melakukan transaksi melalui smartphone mereka. Upaya Bank Pembangunan Daerah Kalimantan Barat dalam menyediakan layanan elektronik ini seharusnya meningkatkan kepuasan pelanggan, karena layanan ini sesuai dengan perkembangan teknologi saat ini. Meskipun begitu, kepuasan pengguna Mobile Bank Kalbar masih terlihat kurang memuaskan, yang tercermin dari beberapa keluhan yang telah disuarakan oleh nasabah terkait penggunaan Mobile Bank Kalbar, seperti yang akan dibahas berikut ini:



Gambar 3. Ulasan Pengguna Pada Aplikasi *Mobile Bank Kalbar* di AppStore

Sejumlah pengguna Mobile Bank Kalbar telah mengungkapkan beberapa masalah terkait pengalaman pengguna (User Experience atau UX) yang masih perlu perbaikan. Terutama, tampilan utama dalam aplikasi terkesan kurang menarik, sehingga disarankan agar aplikasi dapat dirancang dengan tampilan yang menarik tetapi tetap menjaga fungsi dan informasi yang relevan. Tujuannya adalah untuk mempermudah akses nasabah ke Mobile Bank Kalbar. Selain itu, ada beberapa fitur di Mobile Bank Kalbar yang meminta pengguna untuk memasukkan kata sandi dan PIN sebelum melakukan transaksi. Meskipun ini meningkatkan keamanan data nasabah, beberapa pengguna menganggapnya kurang efisien karena dianggap terlalu rumit. Terdapat juga masalah saat ingin melakukan SMS registrasi untuk menggunakan Mobile Bank Kalbar, kadang-kadang muncul kesalahan, dan sering kali aplikasi keluar dengan sendirinya sehingga tidak bisa diakses lagi. Ini mengharuskan pengguna untuk melakukan registrasi ulang di Mobile Bank Kalbar agar aplikasi kembali normal.



Gambar 4. Ulasan Aplikasi Mobile Bank Kalbar Secara Keseluruhan

Selain ulasan tertulis ada juga ulasan secara keseluruhan pada gambar di atas diketahui secara keseluruhan pengguna aplikasi Mobile Bank Kalbar mendapatkan rating 3.8 bintang dari 5,0 bintang yang seharusnya didapat pada Appstore yang artinya beberapa pengguna masih belum puas dengan kualitas layanan pada aplikasi Mobile Bank Kalbar.

METODE PENELITIAN

Pendekatan yang diterapkan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Metodologi yang penulis gunakan adalah metode survei dengan mendistribusikan kuesioner kepada responden sebagai alat pengumpulan data.

Menurut Sugiyono (2022, p. 13), pendekatan kuantitatif mengacu pada filsafat positivisme, digunakan untuk menyelidiki populasi atau sampel tertentu dengan menggunakan instrumen penelitian. Analisis data dilakukan dengan metode kuantitatif atau statistik dengan tujuan mencapai hipotesis yang telah ditetapkan. Menurut Sujarweni (2014, p. 39), penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan data yang dapat diukur atau diperoleh melalui prosedur statistik atau metode kuantifikasi lainnya.

Sementara itu dalam penelitian ini, penulis menerapkan metode penelitian kuantitatif dengan tujuan penelitian yang bersifat deskriptif. Metode deskriptif digunakan untuk menguraikan permasalahan yang sedang terjadi dalam konteks saat penelitian dilaksanakan. Tujuannya adalah untuk memberikan gambaran yang sesuai dengan keadaan yang ada ketika penelitian dilakukan.

Sesuai dengan pandangan Sugiyono (2022, p. 227), analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan cara menggambarkan data yang telah dikumpulkan secara apa adanya, tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku secara umum atau generalisasi. Untuk memperoleh hasil yang lebih akurat, kadang-kadang perlu melakukan pengujian klasik dalam analisis data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Uji Validitas dan Reabilitas

Menurut Sugiyono (Dalam Utomo, 2021 : 76) instrument yang valid dapat diartikan berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data-data (pada mengukur) itu valid. Valid dapat diartikan instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur yang seharusnya diukur, Nanti data-data yang telah diperoleh akan valid, diperlukan juga pengujian validitas untuk mengetahui instrument dalam pengujian (pertanyaan).

Tabel 1. Validitas Kenyataan

Kenyataan Kepuasan			
Item	R Hitung	R Tabel	Valid/Tidak Valid
P1	0,805	0,220	Valid
P2	0,795	0,220	Valid
P3	0,828	0,220	Valid
P4	0,732	0,220	Valid
P5	0,765	0,220	Valid
P6	0,743	0,220	Valid
P7	0,778	0,220	Valid
P8	0,749	0,220	Valid
P9	0,701	0,220	Valid
P10	0,779	0,220	Valid

P11	0,727	0,220	Valid
P12	0,738	0,220	Valid
P13	0,631	0,220	Valid
P14	0,732	0,220	Valid
P15	0,739	0,220	Valid
P16	0,725	0,220	Valid
P17	0,683	0,220	Valid
P18	0,789	0,220	Valid
P19	0,697	0,220	Valid

Tabel 2. Validitas Harapan

Harapan Kepuasan			
Item	R Hitung	R Tabel	Valid/Tidak Valid
P1	0,833	0,220	Valid
P2	0,797	0,220	Valid
P3	0,856	0,220	Valid
P4	0,739	0,220	Valid
P5	0,807	0,220	Valid
P6	0,773	0,220	Valid
P7	0,811	0,220	Valid
P8	0,798	0,220	Valid
P9	0,807	0,220	Valid
P10	0,849	0,220	Valid
P11	0,830	0,220	Valid
P12	0,803	0,220	Valid
P13	0,800	0,220	Valid
P14	0,776	0,220	Valid
P15	0,811	0,220	Valid
P16	0,777	0,220	Valid
P17	0,823	0,220	Valid
P18	0,801	0,220	Valid
P19	0,828	0,220	Valid

Tabel di atas merupakan hasil validitas dari variabel harapan pengguna Bank Kalbar Cabang Sanggau. Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa uji validitas variabel harapan pada pengguna Bank Kalbar Cabang Sanggau sudah valid dengan menggunakan signifikan 0,05 dan nilai r hitungnya lebih besar daripada r tabel yaitu 0,220. Maka pernyataan tersebut dinyatakan valid dan dianggap penting untuk dibagikan kepada pengguna.

Tabel 3. Reabilitas Harapan
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.955	19

Tabel di atas merupakan hasil perhitungan reabilitas variabel Kenyataan dari pengguna Bank Kalbar Cabang Sanggau. Berdasarkan tabel di atas diperoleh hasil perhitungan data dari IBM SPSS Ver 26 ada 19 pertanyaan yang ada pada variabel tersebut yang telah dianggap *reliable*. Karena memiliki nilai 0,971. Karena menurut Sugiyono dalam (Sukmawati 2018:65) menyatakan bahwa apabila nilai *Cronbach's Alpha* di atas nilai ketentuan yakni 0,60 (Tinggi) maka pernyataan dianggap *reliable*.

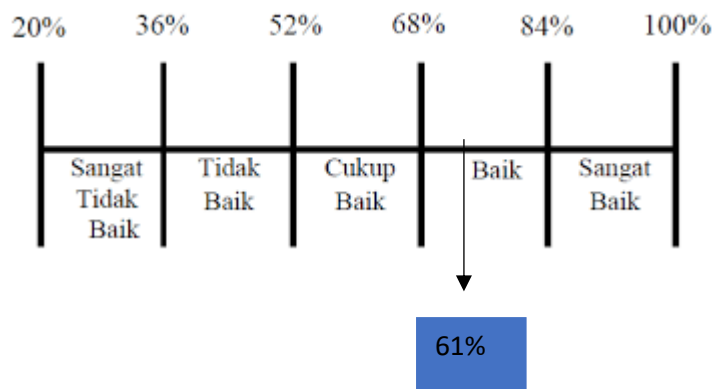
Tabel 4. Reabilitas Harapan
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.970	19

Tabel di atas merupakan hasil perhitungan reabilitas variabel harapan dari pengguna Bank Kalbar Cabang Sanggau. Berdasarkan tabel di atas diperoleh hasil perhitungan data dari IBM SPSS Ver 26 ada 19 pertanyaan yang ada pada variabel tersebut yang telah dianggap *reliable*. Karena memiliki nilai 0,971. Karena menurut Sugiyono dalam (Sukmawati 2018:65) menyatakan bahwa apabila nilai *Cronbach's Alpha* di atas nilai ketentuan yakni 0,60 (Tinggi) maka pernyataan dianggap *reliable*.

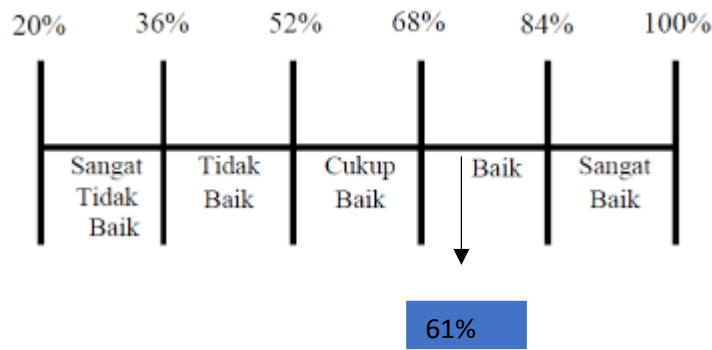
Analisis Deskriptif

Tanggapan responden mengenai Kenyataan dan Harapan pada pengguna Bank Kalbar Cabang Sanggau



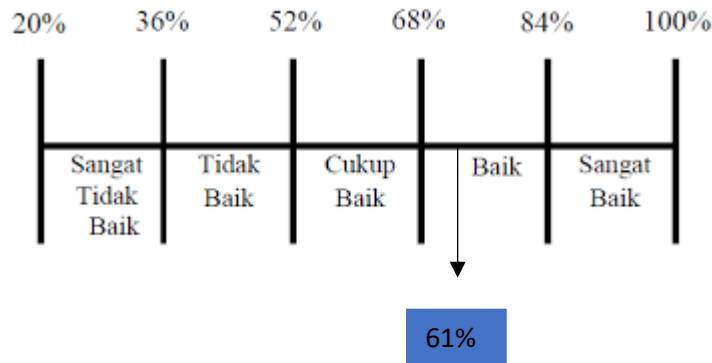
Gambar 5. Garis Kontinum Ease of use

Dapat diketahui Berdasarkan hasil data yang diperoleh pada dimensi *Ease of use* dapat diketahui pada garis kontinum dimensi *Ease of use* berada dalam posisi tidak penting yaitu pada rentan 52% - 68% yang menghasilkan nilai 61% dari 3 pernyataan



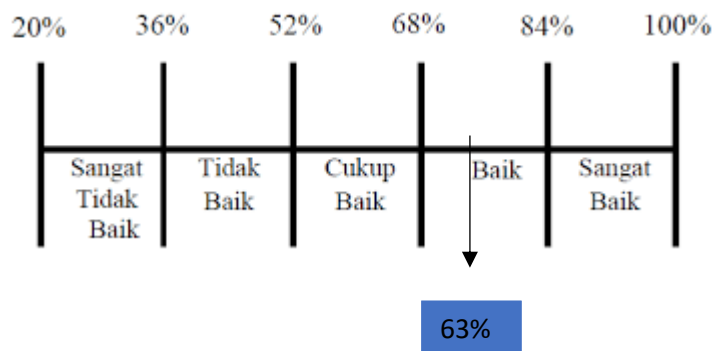
Gambar 6. Garis Kontinum *Web design*

Dapat diketahui Berdasarkan hasil data yang diperoleh pada dimensi *Web Design* dapat diketahui pada garis kontinum dimensi *Web Design* berada dalam posisi tidak penting yaitu pada rentan 52% - 68% yang menghasilkan nilai 61% dari 3 pernyataan.



Gambar 7. Garis Kontinum *Reability*

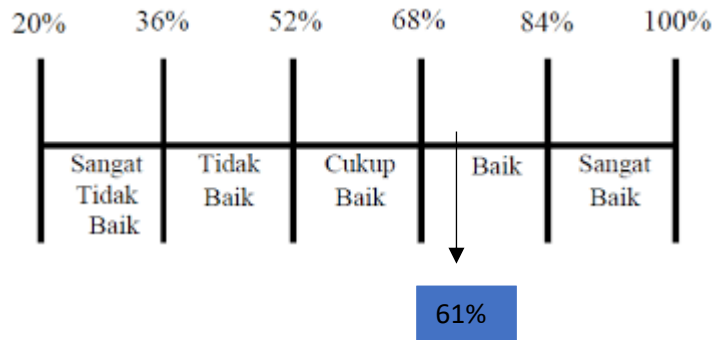
Dapat diketahui Berdasarkan hasil data yang diperoleh pada dimensi *Reability* dapat diketahui pada garis kontinum dimensi *Reability* berada dalam posisi tidak penting yaitu pada rentan 52% - 68% yang menghasilkan nilai 61% dari 3 pernyataan.



Gambar 8. Garis Kontinum *Availability*

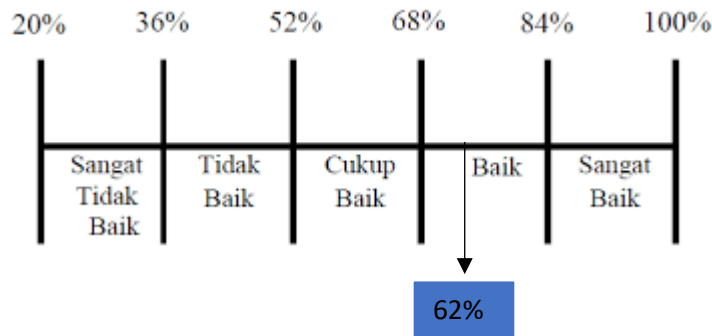
Dapat diketahui Berdasarkan hasil data yang diperoleh pada dimensi *Availability* dapat diketahui pada garis kontinum dimensi *Availability* berada dalam

posisi tidak penting yaitu pada rentan 52% - 68% yang menghasilkan nilai 63% dari 3 pernyataan.



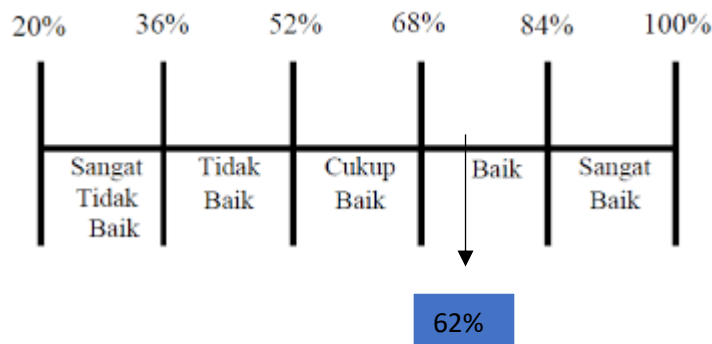
Gambar 9. Garis Kontinum *Privacy*

Dapat diketahui Berdasarkan hasil data yang diperoleh pada dimensi *Privacy* dapat diketahui pada garis kontinum dimensi *Privacy* berada dalam posisi tidak penting yaitu pada rentan 52% - 68% yang menghasilkan nilai 61% dari 3 pernyataan.



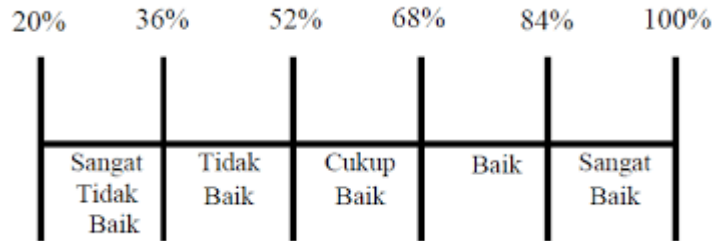
Gambar 10. Garis Kontinum *Responsiviness*

Dapat diketahui Berdasarkan hasil data yang diperoleh pada dimensi *Responsiviness* dapat diketahui pada garis kontinum dimensi *Responsiviness* berada dalam posisi sangat tidak penting yaitu pada rentan 52% - 68% yang menghasilkan nilai 62% dari 2 pernyataan.



Gambar 11. Garis Kontinum *Emphaty*

Dapat diketahui Berdasarkan hasil data yang diperoleh pada dimensi *Emphaty* dapat diketahui pada garis kontinum dimensi *Emphaty* berada dalam posisi sangat tidak penting yaitu pada rentan 52% - 68% yang menghasilkan nilai 62% dari 2 pernyataan.

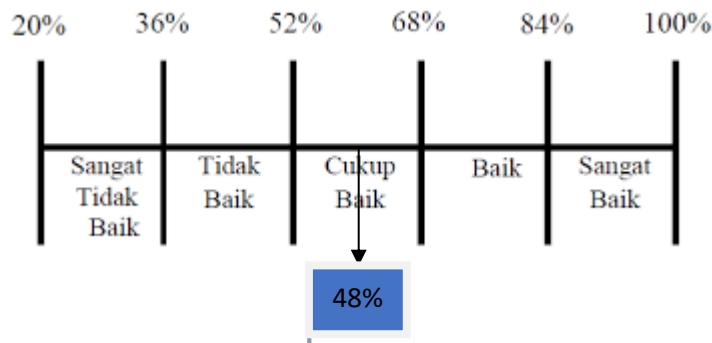


Gambar 12. Garis Kontinum Keseluruhan kenyataan

Dari tujuh dimensi *E-Service Quality* dapat diketahui bahwa rata-rata pengukuran terhadap kenyataan pada pengguna Layanan *Mobile Banking* Kalbar sebesar 62%, nilai ini menunjukkan bahwa berada di posisi 52%-68% yang artinya cukup baik dengan nilai rata-rata keseluruhan 62%.

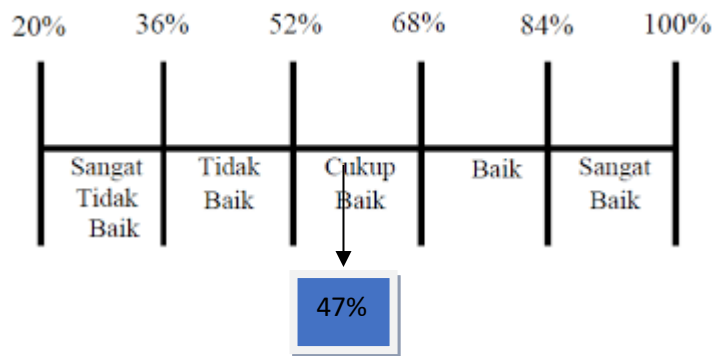
Dapat diketahui, dari 7 dimensi yang mewakili variabel *E-Service Quality*. Pada dimensi *Availability* memiliki persentase tertinggi yaitu sebesar 63%, yang menunjukkan bahwa dari total keseluruhan responden pengguna *Mobile Banking* Bank Kalbar Cabang Sanggau sepakat bahwa dimensi *Availability* dianggap cukup baik dan harus selalu di perbaiki. Namun ada pernyataan yang dianggap penting yaitu di pernyataan nomor 10 “Sistem selalu aktif dan tersedia” maka menurut pengguna menyatakan bahwa sistem yang dimiliki oleh Bank Kalbar Cabang Sanggau selalu aktif dan tersedia sesuai dengan apa yang diharapkan responden.

Akan tetapi dari 7 dimensi yang mewakili variabel *E-Service Quality*. Menunjukkan bahwa dimensi *Ease of use* memiliki presentase yang sangat rendah yaitu sebesar 58%, yang menunjukkan bahwa dari keseluruhan total responden pengguna *Mobile Banking* Bank Kalbar Cabang Sanggau sepakat bahwa dimensi *Ease of use* dianggap cukup baik. Nilai dari presentase dimensi ini terbilang terendah dari dimensi lainnya. Yang menunjukkan bahwa responden merasa sangat tidak puas terhadap Layanan *Mobile Banking* Bank Kalbar Cabang Sanggau, dapat dilihat dari pernyataan nomor 3 “Tampilan setiap fitur aplikasi *Mobile Bank* Kalbar” Hal ini menunjukkan menurut pengguna *Mobile Banking* Bank Kalbar Cabang Sanggau harus ditingkatkan lagi untuk menyediakan fitur pada aplikasi yang tepat dan sesuai yang dibutuhkan oleh pengguna.



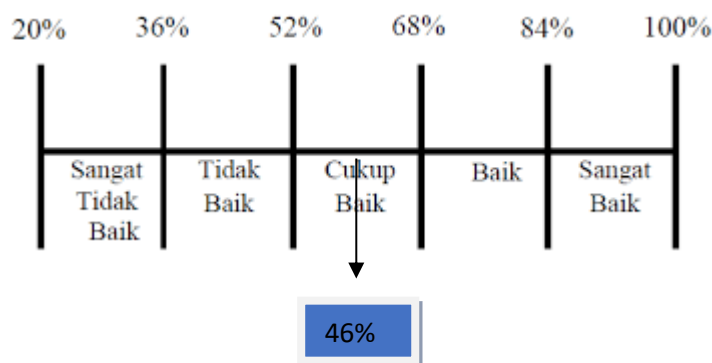
Gambar 13. Garis Kontinum *Ease of use*

Berdasarkan hasil data yang diperoleh pada dimensi *Ease of use* dapat diketahui pada garis kontinum dimensi *Ease of use* berada dalam posisi tidak penting yaitu pada rentan 36% - 52% yang menghasilkan nilai 48% dari 3 pernyataan.



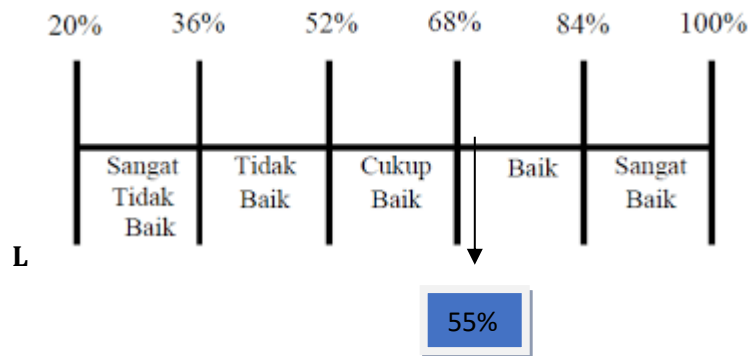
Gambar 14. Garis Kontinum Dimensi *Web Design*

Berdasarkan hasil data yang diperoleh pada dimensi *Web Design* dapat diketahui pada garis kontinum dimensi *Web Design* berada dalam posisi tidak penting yaitu pada rentan 36% - 52% yang menghasilkan nilai 47% dari 3 pernyataan.



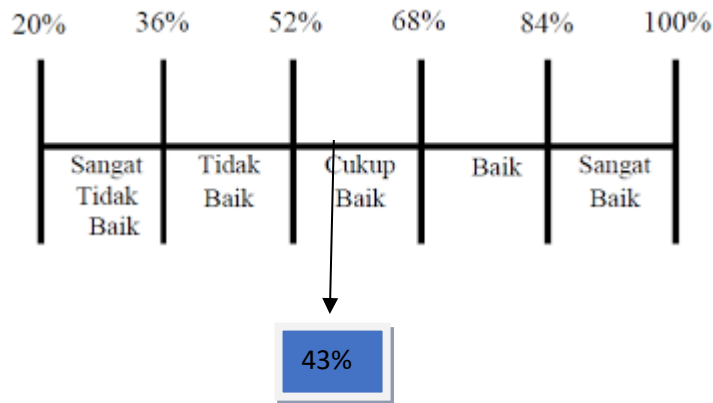
Gambar 15. Garis Kontinum dimensi *Reability*

Berdasarkan hasil data yang diperoleh pada dimensi *Reability* dapat diketahui pada garis kontinum dimensi *Reability* berada dalam posisi tidak penting yaitu pada rentan 36% - 52% yang menghasilkan nilai 46% dari 3 pernyataan.



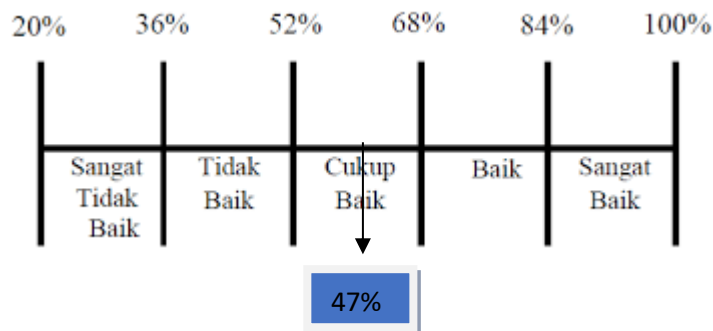
Gambar 16. Garis Kontinum dimensi *Availability*

Berdasarkan hasil data yang diperoleh pada dimensi *Availability* dapat diketahui pada garis kontinum dimensi *Availability* berada dalam posisi cukup baik yaitu pada rentan 52% - 68% yang menghasilkan nilai 55% dari 3 pernyataan.



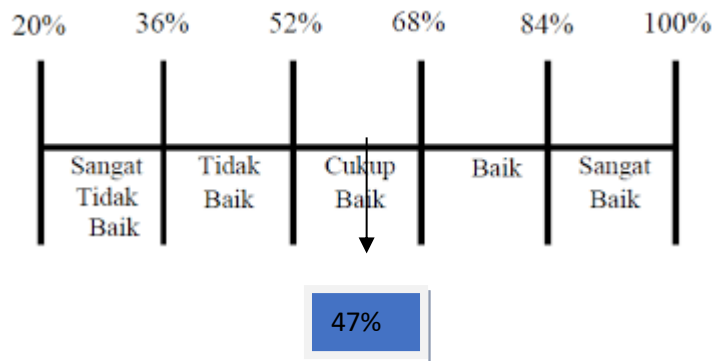
Gambar 17. Garis Kontinum dimensi *Privacy*

Berdasarkan hasil data yang diperoleh pada dimensi *Privacy* dapat diketahui pada garis kontinum dimensi *Privacy* berada dalam posisi tidak penting yaitu pada rentan 36% - 52% yang menghasilkan nilai 43% dari 3 pernyataan.



Gambar 18. Garis Kontinum dimensi *Responsiveness*

Berdasarkan hasil data yang diperoleh pada dimensi *Responsiveness* dapat diketahui pada garis kontinum dimensi *Responsiveness* berada dalam posisi sangat tidak penting yaitu pada rentan 36% - 52% yang menghasilkan nilai 47% dari 2 pernyataan



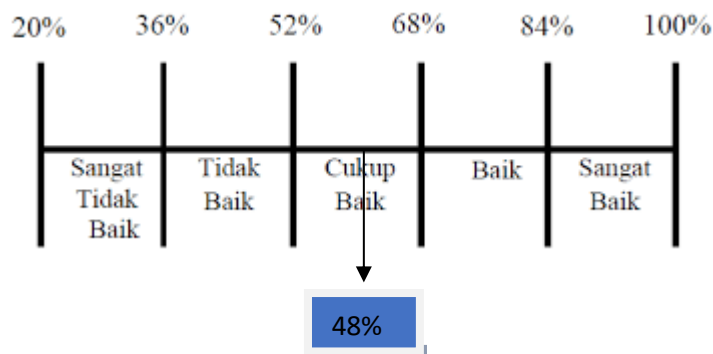
Gambar 19. Garis Kontinum dimensi *Emphaty*

Berdasarkan hasil data yang diperoleh pada dimensi *Emphaty* dapat diketahui pada garis kontinum dimensi *Emphaty* berada dalam posisi sangat tidak penting yaitu pada rentan 36% - 52% yang menghasilkan nilai 47% dari 2 pernyataan.

Tabel 3. Hasil rata-rata perhitungan seluruh dimensi harapan Bank Kalbar Cabang Sanggau

No	Dimensi	Hasil Presentase	Hasil Kategori Penilaian
1	<i>Ease of Use</i>	48%	Tidak Penting
2	<i>Web Design</i>	47%	Tidak Penting
3	<i>Reliability</i>	46%	Tidak Penting
4	<i>System Availability</i>	55%	Tidak Penting
5	<i>Privacy</i>	43%	Tidak Penting
6	<i>Responsiviness</i>	47%	Sangat Tidak Penting
7	<i>Emphaty</i>	47%	Sangat Tidak Penting
Rata-rata Skor		48%	Tidak Penting

Berdasarkan hasil rata-rata pada keseluruhan pada dimensi harapan Bank Kalbar Cabang Sanggau. Dapat diketahui hasil rata-rata seluruh skor pada dimensi tersebut. Yaitu berada pada posisi Tidak Penting yang menghasilkan nilai 48%



Gambar 20. Garis Kontinum rata-rata keseluruhan dimensi

Dari tujuh dimensi *E-Service Quality* dapat diketahui bahwa rata-rata pengukuran terhadap harapan pada pengguna Layanan *Mobile Banking* Kalbar sebesar 48%, nilai ini menunjukkan bahwa berada di posisi 43,75%-62,50% yang artinya sangat tidak penting dengan nilai rata-rata 48%.

Dapat diketahui, dari 7 dimensi yang mewakili variabel *E-Service Quality*. Pada dimensi *Availability* memiliki persentase tertinggi yaitu sebesar 55%, yang menunjukkan bahwa dari total keseluruhan responden pengguna *Mobile Banking* Bank Kalbar Cabang Sanggau sepakat bahwa dimensi *Availability* dianggap tidak penting dan harus di perbaiki. Namun ada pernyataan yang dianggap penting yaitu di pernyataan nomor 10 “Sistem selalu aktif dan tersedia” maka menurut pengguna menyatakan bahwa sistem yang dimiliki oleh Bank Kalbar Cabang Sanggau selalu aktif dan tersedia sesuai dengan napa yang diharapkan responden.

Akan tetapi dari 7 dimensi yang mewakili variabel *E-Service Quality*. Menunjukkan bahwa dimensi *Reability* memiliki presentase yang sangat rendah yaitu sebesar 46%, yang menunjukkan bahwa dari keseluruhan total responden pengguna *Mobile Banking* Bank Kalbar Cabang Sanggau sepakat bahwa dimensi *Reability* dianggap sangat tidak penting. Nilai dari presentase dimensi ini terbilang terendah dari dimensi lainnya. Yang menunjukkan bahwa responden merasa sangat tidak puas terhadap Layanan *Mobile Banking* Bank Kalbar Cabang Sanggau, dapat dilihat dari pernyataan nomor 7 “Menyediakan informasi yang tepat sesuai yang dibutuhkan pengguna” Hal ini menunjukkan menurut pengguna *Mobile Banking* Bank Kalbar Cabang Sanggau harus ditingkatkan lagi untuk menyediakan informasi yang tepat sesuai yang dibutuhkan oleh pengguna.

Customer Satisfaction Index (CSI)

Tabel 4. Skor Rata-rata Customer Satisfaction Index

Kenyataan	MSS	Harapan	MIS
P1	3,9	P1	3,9
P2	4,1	P2	4,13
P3	3,7	P3	3,69
P4	4	P4	4,03
P5	3,8	P5	3,81
P6	4	P6	4
P7	3,9	P7	3,85
P8	4,1	P8	4,09
P9	3,8	P9	3,79
P10	4	P10	4,18
P11	3,9	P11	3,78
P12	4,1	P12	4,05
P13	3,8	P13	3,79
P14	4,1	P14	4,09
P15	3,9	P15	3,85
P16	4,1	P16	4,04

P17	3,9	P17	3,81
P18	4,1	P18	4,09
P19	3,9	P19	3,81
Total	4,00	Total	3,93

Berdasarkan tabel di atas skor rata rata dari tingkat kepuasan antara kenyataan dan harapan diperoleh skor rata rata kenyataan sebesar 4,00 dan skor rata rata pada harapan adalah 3,93

Tabel 5. Rata-rata Customer Satisfaction Index

Pernyataan	MSS	MIS	WS
P1	3,9	3,9	15,21
P2	4,1	4,13	16,93
P3	3,7	3,69	13,65
P4	4	4,03	16,12
P5	3,8	3,81	14,47
P6	4	4	16
P7	3,9	3,85	15,01
P8	4,1	4,09	16,76
P9	3,8	3,79	14,40
P10	4	4,18	16,72
P11	3,9	3,78	14,74
P12	4,1	4,05	16,60
P13	3,8	3,79	14,40
P14	4,1	4,09	16,76
P15	3,9	3,85	15,01
P16	4,1	4,04	16,56
P17	3,9	3,81	14,85
P18	4,1	4,09	16,76
P19	3,9	3,81	14,85
Total	4,00	3,93	295,8
Rata-rata CSI			59,16

Berdasarkan sumber data di atas yang telah diperoleh, jumlah hasil yang di dapat dari kenyataan dan harapan sebesar 295,8, kemudian dari total kenyataan 4,00 dan harapan 3,93, lalu pernyataan dari *Weight Factor* akan di kalikan dengan total *Weight Score* 295,8. Sehingga mendapatkan nilai dari rata-rata Customer Satisfaction indeks sebesar 59,16 %

Importance Performance Analysis

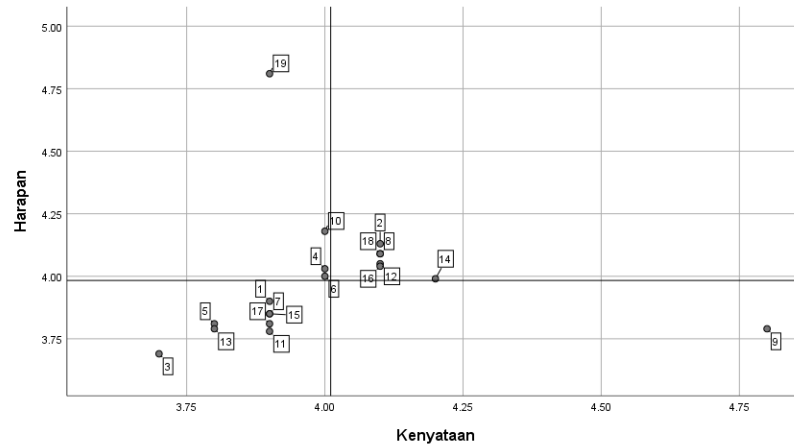
Hasil perhitungan Importance Performance Analysis

Di bawah ini merupakan hasil rata-rata yang telah dihitung setiap instrument berdasarkan dimensi *E-Service Quality* pada pengguna layanan *Mobile Banking* Bank Kalbar Cabang Sanggau.

Tabel 6. Rata-rata Importance Analysis

No	Pernyataan	Kenyataan	Harapan
Ease of Use			
1	Proses dalam mengakses fitur aplikasi <i>Mobile Bank Kalbar</i> mudah dipahami	3,9	3,9
2	Kemudahan dalam proses log in pembuatan akun dan pencarian informasi oleh pengguna	4,1	4,13
3	Tampilan setiap fitur aplikasi <i>Mobile Bank Kalbar</i>	3,7	3,69
Web Design			
4	Tampilan fitur aplikasi <i>Mobile Bank Kalbar</i> tersusun dengan dengan baik	4	4,03
5	Tampilan design pada <i>Mobile Bank Kalbar</i>	3,8	3,81
6	Pada aplikasi <i>Mobile Bank Kalbar</i> loading pada halaman cepat	4	4
Reliability			
7	Menyediakan informasi yang tepat sesuai yang dibutuhkan pengguna	3,9	3,85
8	Fitur pada aplikasi <i>Mobile Bank Kalbar</i> berfungsi sebagaimana mestinya	4,1	4,09
9	Pada aplikasi <i>Mobile Bank Kalbar</i> dapat menemukan menu transaksi dengan mudah	3,8	3,79
System Availability			
10	Sistem selalu aktif dan tersedia	4	4,18
11	Sistem jarang mengalami error atau gangguan	3,9	3,78
12	Sistem pada aplikasi <i>Mobile Bank Kalbar</i> lancar saat proses transaksi	4,1	4,05
Privacy			
13	Informasi akun pengguna aplikasi <i>Mobile Bank Kalbar</i> aman	3,8	3,79
14	Melindungi data pengguna	4,1	4,09
15	Akun pengguna aplikasi <i>Mobile Bank Kalbar</i> tidak dapat diakses orang lain	3,9	3,85
Responsiviness			
16	Respon layanan langsung ditanggapi	4,1	4,04

17	Menyediakan Menu yang membantu pengguna jika terjadi masalah	3,9	3,81
Empathy			
18	Aplikasi <i>Mobile Bank Kalbar</i> selalu <i>up to date</i> mengenai kebutuhan dan keinginan pengguna	4,1	4,09
19	Membantu penanganan jika terjadi masalah	3,9	3,81



Gambar 21. Matriks Importance Performance Analysis

Pembahasan Hasil *Importance Performance Analysis (IPA)*

1. Kuadran 1

Kuadran ini menunjukkan faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan tetapi belum memenuhi harapan mereka, mengakibatkan tingkat kepuasan yang rendah. Variabel dalam kuadran ini harus ditingkatkan. Contohnya, pelanggan menginginkan bantuan yang lebih baik saat masalah muncul, tetapi kadang-kadang tidak mendapatkannya.

2. Kuadran 2

Faktor-faktor penting sudah memenuhi harapan pelanggan dengan baik, sehingga tingkat kepuasan tinggi. Variabel dalam kuadran ini perlu dipertahankan karena membuat produk/jasa unggul dimata pelanggan. Misalnya, kemudahan login dan sistem yang lancar saat transaksi.

3. Kuadran 3

Pelanggan menganggap faktor-faktor ini kurang penting dan kinerjanya tidak istimewa. Peningkatan variabel dalam kuadran ini harus dipertimbangkan kembali karena pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan rendah. Contohnya, tampilan fitur aplikasi yang perlu ditingkatkan.

4. Kuadran 4

Faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan dirasakan berlebihan. Variabel dalam kuadran ini bisa dikurangi untuk menghemat biaya. Contohnya, pencarian menu transaksi yang dianggap terlalu banyak.

KESIMPULAN

Melihat hasil dan pembahasandalam penelitian ini, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis deskriptif, rata-rata pengukuran nilai atribut yang dianggap penting oleh nasabah saat menggunakan layanan *Mobile Banking* dengan menggunakan *E-service quality* adalah sebagai berikut: Pengukuran pada kenyataan penggunaan layanan *Mobile Banking* mencapai 62%, menunjukkan penilaian cukup baik. Namun, perhitungan menunjukkan bahwa harapan terhadap penggunaan layanan *Mobile Banking* hanya mencapai 48%, yang berada pada tingkat tidak penting. Hal ini menunjukkan bahwa layanan *Mobile Banking* masih memerlukan perbaikan agar sesuai dengan harapan nasabah.
2. Dalam hasil perhitungan, atribut yang dianggap memiliki kinerja yang baik oleh nasabah saat menggunakan layanan *Mobile Banking* adalah atribut *Availability*, yang merujuk pada sistem yang selalu aktif dan tersedia. Nilai atribut ini mencapai 66%, menempatkannya pada posisi cukup baik dibandingkan dengan atribut lainnya.
3. Berdasarkan hasil perbandingan antara kenyataan dan harapan yang dianggap sesuai dengan kinerja layanan *Mobile Banking* dalam analisis *Importance Performance Analysis*, maka dapat dinyatakan kinerja layanan *Mobile Banking* saat ini dinilai cukup baik dan perlu dipertahankan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agia, L. N., & Nurjannah, H. (2022). Analisis Kualitas Layanan Bank Syariah Indonesia Menggunakan *Importance Performance Analysis*. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 5(2), 1570–1574.
- Andry, J. F., Christianto, K., & Wilujeng, F. R. (2019). Using *Webqual 4.0* and *importance performance analysis* to evaluate e-commerce website. *Journal of Information Systems Engineering and Business Intelligence*, 5(1), 23–31.
- Atmadjati, A. (2018). *Layanan Prima Dalam Praktik Saat Ini*. Deepublish.
- Baistama, R. P., & Martini, E. (2021). Pengaruh *E-service Quality* Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Pada Aplikasi Transportasi Online Gojek. *EProceedings of Management*, 8(4).
- Barus, E. E., Suprpto, S., & Herlambang, A. (2018). Analisis Kualitas Website Tribunnews. com Menggunakan Metode *Webqual* dan *Importance Performance Analysis*. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 2(4), 1483–1491.
- Chandra, G., & Tjiptono, F. (2019). *Service, quality dan customer satisfaction*.
- David, D. (2018). Pengaruh *E-service Quality* terhadap Loyalitas Pelanggan melalui

Kepuasan Pelanggan pada Transportasi Online Grab. *Agora*, 6(2).

- Djorgi, R. M., & Wulandari, A. (2022). Analisis Customer Satisfacation Dalam Proses Registrasi Indihome Menggunakan Metode Importance Performance Analysis (Ipa)(Studi Kasus Pada Tim Digital Channel Indihome Telkom Regional 4 Jateng-Diy 2022 27. *EProceedings of Applied Science*, 8(5).
- Fadlan, A., & Dewantara, R. Y. (2018). Pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan terhadap penggunaan mobile banking. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 62(1).
- Fajarini, P. A. (2019). *Peningkatan Kualitas Layanan Dengan Metode Service Quality Dan Pendekatan Importance Performance Analysis (IPA)*.
- Filbert, M., & Wulandari, A. (2018). Analisa Penerapan E-commerce Pada Ukm Keykey Frozen Food Cimahi Tahun 2018. *E-Proceeding of Applied Science*, 4(3).
- Gea, M. (2020). *Analisis Tingkat Kepuasan Pelayanan PT BNI Syariah Cabang Medan Dengan Importance Performance Analysis*. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*.
- Ghozali, I. (2019). *Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handayani, R. (2020). *Metodologi Penelitian Sosial*. Trussmedia.
- Hendryadi. (2007). *Metode riset kuantitatif teori dan aplikasi*. Prenada Media Group.
- Hidayati, N. (2021). *Pengaruh e-service quality dan harga terhadap kepuasan pelanggan Netflix*. Universitas Pendidikan Ganesha.
- Indrajaya, D. (2018). Analisis kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan konsumen menggunakan metode importance performance analysis dan customer satisfaction index pada UKM gallery. *IKRA-ITH Teknologi Jurnal Sains Dan Teknologi*, 2(3), 1–6.
- Juhria, A., Meinitasari, N., Fauzi, F. I., & Yusuf, A. (2021). Pengaruh e-service quality terhadap kepuasan pelanggan di aplikasi e-commerce shopee. *Jurnal Manajemen*, 13(1), 55–62.
- Laksana, D., & Dharmayanti, D. (2018). Pengaruh digital marketing terhadap organizational performance dengan intellectual capital dan perceived quality sebagai variabel intervening pada industri hotel bintang empat Di Jawa Timur. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(1), 10–24.
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Al Fath Zumar.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya.

- Pemerintah RI. (1998). *Undang-undang (UU) Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang*. Pemerintah RI.
- Rahmawati, H. (2010). *Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Menggunakan Metode Servqual Dan Importance Performance Analysis Di Kantor Perpustakaan Dan Arsip*. Universitas Sebelas Maret.
- Ramdan, U. S. (2020). *Analisis Tingkat Kualitas Pelayanan Dengan Metode Servqual-Importance Performance Analysis (Studi Kasus Nasabah PT BNI Syariah cabang Karawang)*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis uin jakarta.
- Rifa'i, A. (2019). *Evaluasi Tingkat Kepuasan Nasabah Tabungan Dengan Pendekatan Importance Performance Analysis Dan Customer Satisfaction Index (Pada Bprs Bandar Lampung)*. UIN Raden Intan Lampung.
- Saputra, D. H., Sutiksno, D. U., Kusuma, A. H. P., Romindo, R., Wahyuni, D., Purnomo, A., & Simarmata, J. (2020). *Digital marketing: komunikasi bisnis menjadi lebih mudah*. Yayasan Kita Menulis.
- Saputri, E., & Julianti, E. (2019). Pengaruh Prinsip Bagi Hasil Dan Bunga, Dan Reputasi Bank Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Jasa Perbankan: Bank Syariah Dan Bank Konvensional Di Kota Jambi. *Jurnal Riset Akuntansi Jambi*, 2(2), 38-46.
- Sesiady, N. A. (2018). *Analisis Sistem dan Prosedur Pemberian Kredit Modal Kerja dalam Upaya Mendukung Pengendalian Intern (Studi Pada PT. BPR Nusamba Wlingi Cabang Kepanjen)*. Universitas Brawijaya.
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif dilengkapi dengan perbandingan perhitungan manual & SPSS*. Kencana Prenada Media Grup.
- Sudrajat, N. N., & Drajat, M. S. (2021). Pengaruh E-Service Quality terhadap Kepuasan Pelanggan. *Prosiding Hubungan Masyarakat*, 576-579.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Statistika Untuk Penelitian*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2014). *Akuntansi Biaya: Teori dan Penerapannya Seluk Beluk Akuntansi Contoh dan Aplikasinya*. Pustaka Baru Press.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran (4th ed.)*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran*.
- Yulisari, R., Remmang, H., & Nur, I. (2021). Analisis Sistem Dan Prosedur Penyaluran Kredit Pada Bpr Hasamitra Cabang Daya. *Economis Bosowa Journal*, 7(2), 30-42.

<http://www.economicsbosowa.unibos.id/index.php/eb/article/view/445/430>

Yusiana, R., Widodo, A., & Sumarsih, U. (2021). Integration Consumer Response during the Pandemic Covid-19 on Advertising: Perception Study on Eco Labeling and Eco Brand Products Eco Care. *Inclusive Society and Sustainability Studies*, 1(2), 45–56.

Zeithaml, V. A. (2018). *Service Quality Dimensions. Services Marketing Integrating Customer Focus Across the Firm (7th ed.)*. McGraw-Hill Education.

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2010). Services marketing strategy. *Wiley International Encyclopedia of Marketing*.