

## Analisis Kualitas Pelayanan Digital Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Menggunakan Metode E-Servqual Dan Qfd pada Aplikasi XYZ Digital Banking

Marlina Christiaji<sup>1)</sup>; Sheva Amanda<sup>2)</sup>; Indah Permata Widayanti<sup>3)</sup> Bonitasari Nurul Alfa<sup>4)</sup>

<sup>1)</sup> [marlinachristiaji26@gmail.com](mailto:marlinachristiaji26@gmail.com), Teknik Industri, Universitas Mercu Buana

### Article Info:

**Keywords:**  
banking, service quality  
digital banking,  
e-servqual, QFD.

**Article History:**  
Received : November 28, 2023  
Revised : April 24, 2024  
Accepted : April 24, 2024

**Article Doi:**  
<http://dx.doi.org/10.22441/jies.v12i2.24392>

### Abstract

*This very rapid technological development is felt by all groups, including the banking sector. With the development of information technology which is increasing, it has led to the emergence of internet-based services. Currently, the banking world must adapt by offering various services and facilities based on information technology by promising convenience in transactions for customers. This is a particular challenge for banks because currently competition between banks is increasingly competitive, therefore every bank must think about an appropriate strategy starting from the number of products offered to improving service quality. In this study, the results showed that the quality of digital banking services greatly influences customer satisfaction. Customers tend to be more satisfied and impressed with digital banking that provides services that meet or even exceed their expectations. The level of customer satisfaction with the XYZ Digital Banking application is 4.23 (perception), where this value is lower than the level of satisfaction desired by customers, which is 4.60 (expectation). Based on E-ServQual analysis, the attributes that did not meet customer expectations were Responsiveness (-1.17), Compensation (-0.96), Contact (-0.77), Efficiency (-0.15), and Reability (-0.15). Proposed improvements are to provide training to employees on a regular basis on how to serve and respond to complaints about problems experienced by customers, provide rewards for employee performance so that they can encourage better employee performance because they have a goal to achieve, reinforce company operational standards and impose sanctions for employees who do not follow established company operational standards, and update the FAQ menu and present it in a display that is more easily understood by customers.*

### Abstrak

Perkembangan teknologi yang sangat pesat ini sangat dirasakan oleh seluruh kalangan, termasuk sektor perbankan. Dengan adanya perkembangan teknologi informasi yang semakin meningkat menyebabkan mulai munculnya layanan yang berbasis internet. Saat ini dunia perbankan harus beradaptasi dengan memberikan penawaran berbagai layanan dan fasilitas yang berbasis pada teknologi informasi dengan menjanjikan kenyamanan dalam bertransaksi bagi nasabah. Hal ini menjadi tantangan tersendiri bagi perbankan dikarenakan saat ini persaingan antar bank semakin kompetitif, oleh karena itu setiap bank harus memikirkan strategi yang tepat guna mulai dari banyaknya produk yang ditawarkan sampai peningkatan kualitas pelayanan. Pada penelitian ini didapatkan hasil bahwa Kualitas pelayanan digital banking sangat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Nasabah cenderung lebih puas dan terkesan dengan digital banking yang memberikan pelayanan yang memenuhi atau bahkan melebihi harapannya. Tingkat kepuasan nasabah terhadap aplikasi XYZ Digital Banking sebesar 4,23 (persepsi), dimana nilai ini lebih rendah dari tingkat kepuasan yang diinginkan oleh nasabah yaitu sebesar 4,60 (harapan). Berdasarkan analisis E-ServQual, atribut yang belum memenuhi harapan nasabah yaitu Responsiveness (-1,17), Compensation (-0,96), Contact (-0,77), Efficiency (-0,15), dan Reability (-0,15). Usulan perbaikan yang diberikan yaitu memberikan pelatihan kepada karyawan secara berkala mengenai cara melayani dan menanggapi keluhan atas permasalahan yang dialami oleh nasabah, memberikan reward atas kinerja karyawan agar bisa menjadi pendorong kinerja karyawan agar lebih baik karena memiliki

sebuah tujuan yang ingin dicapainya, Mempertegas standar operasional perusahaan dan memberlakukan sanksi bagi karyawan yang tidak mengikuti standar operasional perusahaan yang sudah ditetapkan, serta memperbarui menu FAQ dan menyajikannya dengan tampilan yang lebih mudah dimengerti oleh nasabah.

**Kata Kunci:** perbankan, kualitas layanan, digital banking, e-servqual, QFD. (Bold, regular)

## PENDAHULUAN

Di era globalisasi, terjadi banyak perubahan-perubahan secara signifikan yang secara langsung maupun tidak langsung berpengaruh kepada seluruh aspek kehidupan manusia yang membuat seluruh sektor harus menghadapi persaingan global. Teknologi informasi menjadi salah satu aspek dengan perkembangan yang sangat pesat dan cepat. Saat ini semua informasi dapat diakses dengan mudah dan cepat melalui Internet. Perkembangan teknologi yang sangat pesat ini sangat dirasakan oleh seluruh kalangan, termasuk sektor perbankan. Dengan adanya perkembangan teknologi informasi yang semakin meningkat menyebabkan mulai munculnya layanan yang berbasis internet.

Saat ini dunia perbankan harus beradaptasi dengan memberikan penawaran berbagai layanan dan fasilitas yang berbasis pada teknologi informasi dengan menjanjikan kenyamanan dalam bertransaksi bagi nasabah. Hal ini menjadi tantangan tersendiri bagi perbankan dikarenakan saat ini persaingan antar bank semakin kompetitif, oleh karena itu setiap bank harus memikirkan strategi yang tepat guna mulai dari banyaknya produk yang ditawarkan sampai peningkatan kualitas pelayanan. Dalam persaingan seperti sekarang ini setiap penyedia layanan jasa harus dapat memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya agar dapat memuaskan dan memenuhi keinginan konsumen. Hal ini yang menjadikan Bank XYZ harus meningkatkan kualitas pelayanan jasa yang lebih baik, tidak hanya sebagai penyedia layanan perbankan yang menjual beberapa layanan, namun juga harus memberikan kepuasan nasabah bank secara optimal.

Sebagai salah satu Bank Digital yang terbilang baru menerbitkan layanan berbasis digital, Bank XYZ terbilang berkembang cukup pesat namun Bank XYZ harus meningkatkan pelayanannya dikarenakan kini semakin banyaknya Bank Digital yang tentunya akan menjadi pesaing Bank XYZ untuk menjadi Bank Digital terbaik yang dipercaya oleh masyarakat. Untuk bertahan dan berkembang Bank XYZ harus meningkatkan pelayanannya agar mencapai kepuasan nasabah, dengan begitu tingkat loyalitas nasabah akan meningkat sehingga nasabah tidak akan ragu untuk tetap menggunakan layanan Bank XYZ bahkan memungkinkan untuk menyarankan Bank XYZ kepada masyarakat lainnya.

## METODE

Penelitian ini dilakukan dalam empat tahap, antara lain: 1) identifikasi masalah dan studi literatur, 2) perancangan dan penyebaran kuisisioner, 3) pengolahan data, 4) analisis penarikan kesimpulan. Pada tahap pertama, dilakukan observasi secara langsung dan wawancara untuk menggali permasalahan yang dihadapi perusahaan. Kemudian setelah permasalahan ditetapkan dilakukan studi literatur yang relevan terkait topik permasalahan yang diangkat. Pada tahap kedua, dilakukan perancangan kuisisioner berdasarkan variabel dan atribut yang mengacu pada penelitian terdahulu. Peneliti membuat daftar pertanyaan yang akan diberikan kepada nasabah untuk memperoleh nilai harapan atau tingkat kepentingan dan tingkat kinerja atau persepsi nasabah akan kualitas pelayanan yang diberikan XYZ Digital Banking. Dalam penelitian ini, peneliti menyebarkan kuisisioner yang ditujukan kepada nasabah pengguna aplikasi XYZ Digital Banking

Hasil kuesioner akan dikumpulkan dan dianalisa terlebih dahulu menggunakan uji validitas dan reliabilitas untuk menguji hasil dari kuisisioner sehingga didapatkan hasil yang valid dan reliable. Setelah melakukan uji validitas dan uji reliabilitas, selanjutnya adalah mengukur tingkat kepuasan pelanggan dengan mengukur antara persepsi pelanggan yang diharapkan dengan layanan yang sesungguhnya, dan mengidentifikasi alasan-alasan terjadinya kesenjangan (GAP). Pengukuran GAP dilakukan untuk mengetahui pelayanan yang masih dirasa kurang oleh pelanggan. Pada penelitian ini, kuesioner yang disebarakan menggunakan skala likert dengan lima tingkat penilaian untuk Harapan (Ekspektasi) dan Kenyataan (Persepsi). Setelah mengetahui tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan pengukuran antara persepsi pelanggan yang diharapkan dengan layanan yang sesungguhnya, maka peneliti akan menggunakan analisis metode Importance Performance (IPA). Setelah mengetahui prioritas utama perbaikan maka selanjutnya menggunakan metode QFD untuk membuat usulan perbaikan layanan XYZ Digital Banking untuk meningkatkan kepuasan nasabah dengan menggunakan House of Quality.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pengumpulan data yang telah dilakukan didapatkan nilai ekspektasi dan kinerja pelayanan yang diberikan oleh pelanggan. Atribut penelitian dikatakan valid apabila  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel. Sehingga dapat disimpulkan bahwa atribut yang digunakan valid. Hasil uji validasi tersebut dapat dilihat pada Tabel 2. Selain itu, atribut penelitian dikatakan reliabel nilai  $\alpha >$  nilai kritis (0,60) (Azwar, 2003).

Tabel 1. Hasil Uji Validitas (Persepsi Nasabah)

Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,265	0,1654	Valid
2	0,241	0,1654	Valid
3	0,343	0,1654	Valid
4	0,053	0,1654	Valid
5	0,329	0,1654	Valid
6	0,230	0,1654	Valid
7	0,729	0,1654	Valid
8	0,762	0,1654	Valid
9	0,173	0,1654	Valid
10	0,614	0,1654	Valid
11	0,631	0,1654	Valid

Berdasarkan tabel 1 diketahui bahwa setelah dilakukan uji validitas pada variabel x yaitu persepsi nasabah seiyap pernyataan dinyatakan valid karena memiliki nilai  $r$  hitung  $>$  dari  $r$  tabel (0,1654) sehingga semua item pernyataan dapat digunakan dalam penelitian.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas (Harapan Nasabah)

Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,270	0,1654	Valid

2	0,515	0,1654	Valid
3	0,390	0,1654	Valid
4	0,473	0,1654	Valid
5	0,330	0,1654	Valid
6	0,189	0,1654	Valid
7	0,340	0,1654	Valid
8	0,225	0,1654	Valid
9	0,168	0,1654	Valid

Tabel 2 menunjukkan bahwa setelah dilakukan uji validitas pada variabel y yaitu harapan nasabah setiap pernyataan dinyatakan valid karena memiliki nilai r hitung > dari r tabel (0,1654) sehingga semua item pernyataan dapat digunakan dalam penelitian.

Tabel 3. Uji Reliabilitas (Persepsi Nasabah)

Cronbach's Alpha	N of items
0,823	11

Berdasarkan pengujian pada tabel 3, dapat dilihat dari tabel diatas menunjukkan bahwa nilai Alpha Cronbach adalah (0,823). Ini membuktikan bahwa nilai Alpha Cronbach > (0,60) maka item pernyataan itu dinyatakan reliabel, sehingga seluruh pernyataan mengenai presepsi nasabah dapat digunakan.

Tabel 4. Uji Reliabilitas (Harapan Nasabah)

Cronbach's Alpha	N of items
0,903	9

Berdasarkan pengujian pada tabel 4, dapat dilihat dari tabel diatas menunjukkan bahwa nilai Alpha Cronbach adalah (0,903). Ini membuktikan bahwa nilai Alpha Cronbach > (0,60) maka item pernyataan itu dinyatakan reliabel.

Tabel 5. Hasil Perhitungan Analisa GAP

Dimensi	Item	Persepsi		Harapan		GAP	Q
		Total Skor	$\bar{X}$	Total Skor	$\bar{Y}$		
Efficiency	1	457	4,57	453	4,53	0,04	1,01
	2	424	4,24	458	4,58	-0,34	0,93
	3	405	4,05	431	4,31	-0,26	0,94

Reliability	4	455	4,55	458	4,58	-0,04	0,99
Fullfillment	5	478	4,78	423	4,23	0,55	1,13
Privacy	6	478	4,78	473	4,73	0,05	1,01
Responsiveness	7	357	3,57	474	4,74	-1,17	0,75
Contact	8	398	3,98	475	4,75	-0,77	0,84
Compensation	9	378	3,78	474	4,74	-0,96	0,80
Jumlah			38,30		41,19		8,40
Rata-rata			4,26		4,58		0,93

Tabel 5 menunjukkan bahwa masih banyaknya item skor dengan tingkat kualitas dibawah satu menunjukkan bahwa tingkat layanan yang diterima masih belum sesuai dengan yang mereka harapkan. Untuk resume analisa gap dan kualitas layanan antara persepsi dan harapan berdasarkan dimensi ServQual adalah sebagaimana dalam Tabel 6.

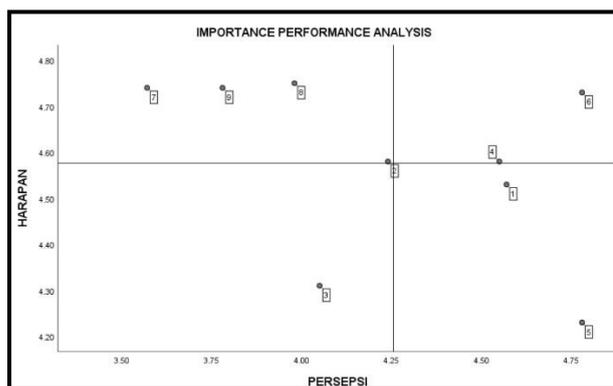
Tabel 6. Hasil Perhitungan Gap dan Kualitas Dimensi E-ServQual

Dimensi	Nilai Rata-rata		Gap	Q
	Persepsi	Harapan		
E-ServQual				
Efficiency	4,41	4,55	-0,15	0,97
Reliability	4,30	4,45	-0,15	0,97
Fullfillment	4,78	4,23	0,55	1,13
Privacy	4,78	4,73	0,05	1,01
Responsiveness	3,57	4,74	-1,17	0,75
Contact	3,98	4,75	-0,77	0,84
Compensation	3,78	4,74	-0,96	0,80
Rata-rata	4,23	4,60	-0,37	0,92

Dari Tabel 6, hasil perhitungan gap dan kualitas dimensi E-ServQual dapat diperoleh informasi bahwa nilai gap atau kualitas paling rendah adalah dimensi Responsiveness dengan nilai gap -1,17 dan Q = 0,75. Untuk nilai skor tunggal ServQual dihitung dengan mengurangkan rata-rata skor persepsi dikurangi dengan skor harapan sedangkan untuk kualitas adalah membandingkan rata-rata skor persepsi dibandingkan dengan skor harapan.

Sebagaimana tersaji dalam Tabel 6 bahwa nilai skor ServQual adalah -0,37 dengan tingkat kualitas layanan (Q) 0,92 yang berarti customer masih kurang puas dan peneliti akan melakukan improve pada setiap dimensi.

Untuk menentukan prioritas perbaikan agar alokasi resource yang tersedia dapat dimanfaatkan secara maksimal untuk perbaikan, maka dilakukan metode analisa IPA dari hasil analisis gap antara persepsi dan harapan pengguna berdasarkan 9 item pernyataan penelitian. Adapun hasil analisa IPA dengan menggunakan tool pengolahan data SPSS 26 sebagaimana tersaji dalam diagram kartesius pada Gambar 3.



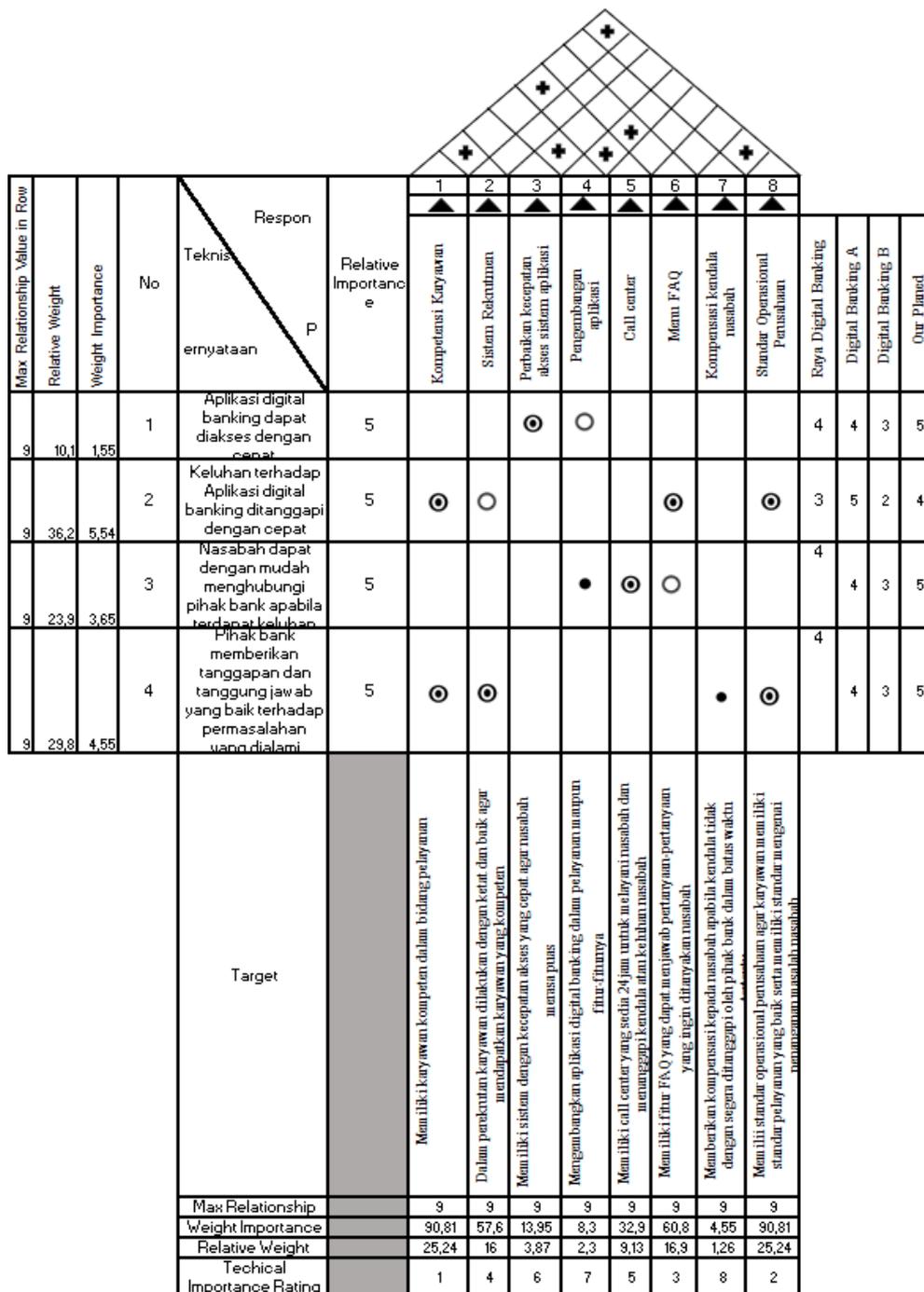
Gambar 3 Hasil Importance Performance Analysis

Berdasarkan hasil Analisa IPA sebagaimana tersaji dalam Gambar 3, maka item-item yang akan menjadi fokus penyelesaian dan berikut nilai hasil konversi tingkat kepentingan yang akan menjadi input Analisa QFD adalah sebagaimana tersaji dalam Tabel 7.

Tabel 7. Tingkat Kepentingan Pelanggan dan Relative Weight

No	Kode Atribut	Pernyataan	Harapan	Persepsi	Gap	Interpolasi (Weight Importance)	Relative Weight
1	2	Aplikasi digital banking dapat diakses dengan cepat	4,58	4,24	-0,34	1,55	10,13
2	7	Keluhan terhadap Aplikasi digital banking ditanggapi dengan cepat	4,74	3,57	-1,17	5,54	36,23
3	8	Nasabah dapat dengan mudah menghubungi pihak bank apabila terdapat keluhan	4,75	3,98	-0,77	3,65	23,87
4	9	Pihak bank memberikan tanggapan dan tanggung jawab yang baik terhadap permasalahan yang dialami nasabah	4,74	3,78	-0,96	4,55	29,75
Jumlah						15,29	

Setelah menentukan tingkat kepentingan, maka dapat menyusun house of quality untuk menentukan kebutuhan atau permintaan pelanggan, berdasarkan riset pasar dan benchmarking data, dalam jumlah yang sesuai target yang harus dipenuhi. Hasil dari hose of quality dapat dilihat pada gambar 4.



Gambar 4 Hasil House of Quality

Berdasarkan hasil Quality Function Deployment pada gambar 4 yang telah dilakukan merespon keinginan dari nasabah, didapatkan 8 respon teknik sebagai langkah untuk memenuhi keinginan dari para nasabah pengguna aplikasi XYZ Digital Banking. Respon Teknik utama yang akan diulas lebih lanjut disini adalah respon teknik yang memiliki bobot peringkat 1 sampai dengan 3.

Urutan respon teknik yang pertama adalah kompetensi karyawan karena hal ini mempengaruhi beberapa respon teknik yang lain agar menunjang perbaikan kualitas pelayanan pada aplikasi XYZ Digital Banking. Usulan perbaikannya yaitu perusahaan harus memberikan pelatihan kepada karyawan secara berkala mengenai cara melayani dan menanggapi keluhan atas permasalahan yang dialami oleh nasabah. Selain melakukan pelatihan karyawan, perusahaan juga dapat memberikan reward atas kinerja karyawan agar bisa menjadi pendorong kinerja karyawan agar lebih baik karena memiliki sebuah tujuan yang ingin dicapainya.

Urutan respon teknik yang kedua yaitu Standar operasional perusahaan. Usulan perbaikan yang dapat dilakukan adalah perusahaan harus memberikan standar operasional perusahaan mengenai pelayanan nasabah digital banking. Standar operasional ini juga harus dibelakukan dengan sangat tegas dan bisa memberlakukan sanksi bagi karyawan yang tidak mengikuti standar operasional perusahaan yang sudah ditetapkan.

Urutan respon teknik selanjutnya yaitu Menu FAQ, menu FAQ merupakan kumpulan pertanyaan dan jawaban yang sering ditanyakan dalam beberapa konteks serta berkaitan dengan topik tertentu. Dengan adanya FAQ, pengunjung halaman website dapat menelusuri berbagai kategori dan mencari pertanyaan yang ingin diketahui jawabannya. Pada aplikasi digital banking ini memang sudah menyediakan menu FAQ namun usulan perbaikan yang dapat dilakukan yaitu dengan memperbarui dan memperbanyak menu FAQ sesuai dengan kebutuhan nasabah karena menu FAQ yang ada saat ini masih dinilai belum cukup lengkap oleh nasabah, serta menyajikan menu FAQ dengan tampilan yang lebih mudah dimengerti oleh nasabah.

## **PENUTUP**

### **Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan sesuai dengan data penelitian dan studi literatur, dapat disimpulkan bahwa Kualitas pelayanan digital banking sangat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Pelayanan digital banking yang baik dapat memberikan pengalaman yang nyaman, efisien, dan mudah bagi nasabah dalam melakukan transaksi keuangan dan mengakses layanan perbankan. Nasabah cenderung lebih puas dan terkesan dengan digital banking yang memberikan pelayanan yang memenuhi atau bahkan melebihi harapannya. Tingkat kepuasan nasabah terhadap aplikasi XYZ Digital Banking sebesar 4,23 (persepsi), dimana nilai ini lebih rendah dari tingkat kepuasan yang diinginkan oleh nasabah yaitu sebesar 4,60 (harapan). Berdasarkan analisis E-ServQual, atribut yang belum memenuhi harapan nasabah yaitu Responsiveness (-1,17), Compensation (-0,96), Contact (-0,77), Efficiency (-0,15), dan Reability (-0,15). Berdasarkan analisa Quality Function Deployment atau QFD, maka usulan perbaikan yang diberikan yaitu memberikan pelatihan kepada karyawan secara berkala mengenai cara melayani dan menanggapi keluhan atas permasalahan yang dialami oleh nasabah, memberikan reward atas kinerja karyawan agar bisa menjadi pendorong kinerja karyawan agar lebih baik karena memiliki sebuah tujuan yang ingin dicapainya, Mempertegas standar operasional perusahaan dan memberlakukan sanksi bagi karyawan yang tidak mengikuti standar operasional perusahaan yang sudah ditetapkan, serta memperbarui menu FAQ dan menyajikannya dengan tampilan yang lebih mudah dimengerti oleh nasabah.

### **Saran**

Hasil penelitian ini merekomendasikan prioritas dimensi dan atribut yang perlu dilakukan perbaikan agar dapat meningkatkan kualitas pelayanan dengan menggunakan dimensi dan atribut pada metode E-ServQual serta usulan perbaikan yang sudah disampaikan.

Untuk selanjutnya dapat dievaluasi apakah usulan ini sudah tepat atau harus dikembangkan kembali.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, N., & Yasa, N. (2012). E-service quality terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan dalam penggunaan internet banking. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 16(2), 293-306.
- Arief. (2007). Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan ; Bagaimana Mengelola Kualitas Pelayanan agar Memuaskan Pelanggan. Malang: Bayumedia Publishing.
- Ariff, M. S. Md., et al., (2013). *Electronic Service Quality of Iranian Internet Banking. Integrative Business and Economics Research*, 2(2), 555-571.
- Cohen, Lou. (1995). *Quality Function Development: How to Make QFD Work for You. Massachusetts: Addison Wesley Publishing Company.*
- Heryangga, A., Darsini, D., & Komariah, A. (2020). Analisis Kualitas Pelayanan Transportasi online Gojek Terhadap Kepuasan Mahasiswa dengan Metode Servqual, Kano Dan QFD (Studi Kasus Mahasiswa Universitas veteran Bangun Nusantara Sukoharjo). *Jurnal Aplikasi Ilmu Teknik Industri (JAPTI)*, 1(2),
- Heryanto, N., & Sutawidjaya, A. (2017). Analisis Kualitas Layanan *Internet Banking* dengan Menggunakan Metode E-servqual pada Bank Xyz. *Indikator*, 49-68.
- Heryanto, N., & Sutawidjaya, A. (2017). Analisis Kualitas Layanan *Internet Banking* Dengan Menggunakan Metode E-SERVQUAL Pada Bank XYZ. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 1(3), 49-68.
- Jonathan, H. (2013). Analisis pengaruh *E-Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction* yang Berdampak Pada *Customer Loyalty* PT Bayu Buana Travel TBK. Jakarta.
- Kartika, H., Kholil, M., & Bakti, C. S. (2020). *Service Quality and Customer Satifcation in Furniture Sector Installation Services. Journal Industrial Engineering & Management Research*, 1(2), 103-111.
- Kartika, H., Ranova, M. H., & Bakti, C. S. (2022). Survei Kepuasan Pelanggan Untuk Peningkatan Kualitas Jasa Perawatan Mesin Atm Dengan Metode Csi dan Ipa. *Jurnal Teknik Industri ITN Malang*, 12(2), 117-126.
- Kartika, Hayu. (2017). Analisis Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan Pada Jaringan Gas Bumi Rumah Tangga. *Jurnal Teknik*, 3(3), 187-197.
- Kasmir. (2010). Pemasaran Bank (edisi revisi). Jakarta: Rajawali Pers.
- Khotler, Philip. (2001). Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan dan Implementasi dan Kontrol. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. (Ed.). (2006). Manajemen Pemasaran. Edisi 12 Jilid satu. Indonesia: PT. Indeks. Lupiyoadi, R., & Hamdani, A. (2006). Manajemen Pemasaran Jasa. Salemba empat.

- Murgani, R., & Hasibuan, S. (2021). Peningkatan Kualitas Layanan Penyedia Layanan Logistik Berdasarkan Integrasi Servqual dan QFD. *Jurnal Rekayasa Sistem Industri*, 11(2).
- Otoritas Jasa Keuangan. (2016). Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital oleh Bank Umum. Diakses pada website: <https://www.ojk.go.id/id/regulasi/Pages/Penyelenggaraan-Layanan-Digital-oleh-Bank-Umum.aspx>
- Pratiwi, D. D. (2021). *Integrating Servqual-Kano-QFD for Social Insurance Service Quality Improvement in Surabaya*. *Journal of Theoretical & Applied*, 14(1).
- Raza, S.A., Umer, A., Qureshi, M.A. & Dahri, A.S. (2020). *Internet banking service quality, e-customer satisfaction and loyalty: the modified e-SERVQUAL model*. *The TQM Journal*, Vol. 32(6), 1443-1466.
- Rostami, et al., (2015). *The Impact of E-service Quality on the Improvement of the Level of. Procedia Economics and Finance*, 448-455.
- Siwantara, I. W. (2011). Pengaruh nilai pelanggan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan serta kinerja customer relationship management (Studi pada Halo Corporate PT Telkomsel Bali). *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, 7(3), 150–161.
- Tarigan, M. (2017). Pengaruh *E-Service Quality* Pengguna Internet Banking Terhadap Customer Satisfaction (Studi Pada Nasabah Bank Central Asia di Kota Malang). *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 1-15.
- Zavareh, et al. (2012). *E-Service Quality Dimensions and Their Effects on E- Customer Satisfaction in Internet Banking Services*. *The Journal Faculty of Management and Human Resources Development*, Universiti Teknologi Malaysia.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2006). *Service Marketing Integrating Customer Focus Across The Firm* (4th Ed.). New York : McGraw Hill.
- Zeithaml, V., Parasuraman, A., & Malhotra, A. (2002). *Service Quality Deliver through Web Sites: A Critical Review of Extant Knowledge*. *Journal of the Academy of Marketing Sc*, 30(4), 362-375.
- Zulkamal, & Susanto, N. (2022). STRATEGI PENINGKATAN KUALITAS LAYANAN MOBILE BANKING BANK X PAHLAWAN DENGAN INTEGRASI SERVQUAL, KANO DAN QFD. *Industrial Engineering Online Journal*, 11(4)