

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Peran *Mobile Banking*

1. Pengertian Peran

Peran merupakan kumpulan dari perilaku yang secara relatif homogen dibatasi secara normatif dan diharapkan dari seseorang yang menempati posisi sosial yang diraihinya ataupun diberikan dalam hidup bermasyarakat. Menurut Ely Chinoy dalam Soerjono Soekanto menjelaskan bahwa pentingnya peranan karena hal tersebut mengatur perilaku seseorang yang menyebabkan seseorang pada batas-batas tertentu dapat meramalkan perbuatan-perbuatan orang lain, sehingga yang bersangkutan dapat menyesuaikan perbuatan dengan komunitasnya.¹

Peran merupakan aspek dinamis dari kedudukan (status) yang dimiliki oleh seseorang, sedangkan status merupakan sekumpulan hak dan kewajiban yang dimiliki seseorang apabila seseorang melakukan hak-hak dan kewajiban-kewajiban sesuai dengan kedudukannya, sehingga dapat dikatakan seseorang tersebut telah menjalankan suatu fungsi. Dalam hal penggunaan *mobile banking* peran tersebut didasari atas harapan nasabah dalam mendapatkan suatu pelayanan yang sesuai dengan perkembangan zaman.

¹ Soerjono Soekanto dan Budi Sulistyowati, *Sosiologi Suatu Pengantar Edisi Revisi* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014), 210.

2. Pengertian *Mobile Banking*

Mobile banking adalah layanan perbankan yang memiliki daya tarik lebih dinasabahnya karena layanan ini dapat memudahkan nasabah dalam melakukan aktivitas transaksi keuangan serta mendapatkan informasi tentang rekeningnya hanya dengan menggunakan *smartphone*.² Menurut Riswandi pengertian *m-banking* merupakan suatu inovasi yang dipasarkan oleh suatu perbankan guna mempermudah nasabah melakukan transaksi perbankan melalui *smartphone*.³

Mobile banking adalah suatu fasilitas yang disediakan perbankan dengan cara mengaksesnya menggunakan koneksi internet dan tanpa biaya serta aplikasi dapat diunduh dengan sistem android atau IOS. Aplikasi *mobile banking* dapat nasabah instal melalui *smartphone*. Aktivitas layanan ini dapat dilakukan dengan langsung datang ke bank bertemu langsung dengan *customer service* atau langsung melalui aplikasi. Dalam melakukan transaksi keuangan, bank memfasilitasi nomor telepon yang dapat di hubungi nasabah.⁴

Melalui adanya aplikasi *m-banking*, transaksi keuangan dapat dilakukan secara manual tanpa harus berkunjung ke gerai bank yang tersedia. Penggunaan *m-banking* tidak hanya bertujuan sebagai bentuk penghematan waktu tetapi juga bentuk mengikuti perkembangan

² Wiji Nurastuti, *Teknologi Perbankan* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), 130.

³ Budi Agus Riswandi, *Aspek Hukum Internet Banking* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2005), 83.

⁴ Julius R. Latumerissa, *Bank dan Lembaga Keuangan* (Jakarta : Salemba Empat, 2011), 54.

zaman. Penggunaan *m-banking* membuat suatu aktivitas menjadi efektif dimana nasabah tidak perlu mengantri di bank ataupun ATM dikarenakan bisa dilakukan kapanpun dan dimanapun dengan jaringan internet secara mudah dan praktis.⁵

3. Faktor Penggunaan *Mobile Banking*

Menurut Davis model teori *Technology Acceptance Model* (TAM) menjelaskan bahwa persepsi pengguna akan menentukan sikapnya dalam penggunaan teknologi informasi dan menggambarkan lebih jelas tentang faktor penggunaan teknologi informasi yang dipengaruhi oleh kemanfaatan (*usefulness*) dan kemudahan penggunaan (*easy of use*).⁶

Menurut Sun dan Zhang penggunaan sebuah teknologi informasi keuangan dapat diukur dengan menggunakan indikator sebagai berikut:⁷

a. *Easy to learn*

Artinya sebuah aplikasi harus mudah untuk dipelajari dan dipahami oleh nasabah. Individu yang dapat belajar mengoperasikan teknologi dengan mudah merupakan tanda bahwa

⁵ Ikatan Bankir Indonesia, *Memahami Bisnis Bank Syariah (Modul Sertifikasi Tingkat I General Banking Syariah)* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2013), 134.

⁶ Putu Ayu Mira Witriyanti Wida, Ni Nyoman Kerti Yasa, dan I Putu Gde Sukaatmadja. "Aplikasi Model TAM (*Technology Acceptance Model*) pada Perilaku Pengguna Instagram" *Jurnal Ilmu Manajemen*. (Vol 6, No 2 September 2016).

⁷ Hans Setiawan Theriady dan Dahlia Br Ginting. "Analisis Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Resiko, Kepercayaan dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah dalam Menggunakan E-Banking (Studi Kasus: PT. Bank BPRKS Bandung)" *Jurnal Media Informatika*. (Vol 14, No 2 2015).

individu tersebut percaya bahwa teknologi tersebut mudah digunakan. Begitu pula sebaliknya, individu yang sulit belajar mengoperasikan teknologi menandakan bahwa kepercayaan individu bahwa teknologi tersebut mudah digunakan akan menurun.⁸

b. *Easy to use*

Artinya sebuah aplikasi harus mudah untuk digunakan oleh nasabah. Suatu aplikasi yang dianggap lebih mudah digunakan daripada aplikasi lain lebih mungkin diterima oleh pengguna. Individu yang merasa percaya bahwa sistem mudah digunakan maka dia akan menggunakannya, sebaliknya apabila individu merasa percaya bahwa sistem tidak mudah digunakan maka dia tidak akan menggunakannya.⁹

c. *Timeliness*

Artinya sebuah layanan harus mampu lebih efektif dan efisien digunakan oleh nasabah. Yang artinya dapat membuat aktivitas nasabah menjadi lebih cepat dan tidak membutuhkan waktu lama.

d. *Clear and understandable*

Artinya sebuah aplikasi harus jelas dan mudah dimengerti oleh nasabah. Yang artinya nasabah harus mendapatkan kejelasan

⁸ Jogiyanto, *Sistem Informasi Keperilakuan* (Yogyakarta: Andi, 2007), 115.

⁹ *Ibid.*, 115.

dari suatu aplikasi penunjang transaksi, sehingga suatu transaksi dapat dimengerti.

Sikap nasabah pada pemakaian *mobile banking* juga dipengaruhi oleh berbagai macam faktor. Berikut faktor yang mempengaruhi nasabah dalam memilih menggunakan *mobile banking*:¹⁰

a. Keamanan sistem *m-banking*

Pengguna layanan jasa *mobile banking* tentunya memprioritaskan perihal keamanan dalam melakukan transaksi. Dimana nasabah menuntut diberikan jaminan keamanan transaksi keuangan oleh bank sebagai penyedia jasa layanan *mobile banking*.

b. Kemudahan dalam mengakses *website*

Akses yang mudah pada sistem layanan secara online dengan *mobile banking* adalah salah satu penentu nasabah bersedia menggunakan layanan jasa tersebut. Semakin mudahnya nasabah mengakses *website* perusahaan penyedia layanan jasa, hal tersebut tentu akan meningkatkan sikap nyaman nasabah terhadap suatu perusahaan perbankan.

c. Privasi pengguna

Salah satu faktor penentu nasabah dalam penggunaan layanan jasa *mobile banking* adalah privasi. Sistem layanan keuangan yang dilakukan secara *mobile* membuat nasabah

¹⁰ Riswandi, *Aspek Hukum Internet Banking*, 105.

menuntut privasi yang tinggi. Dikarenakan nasabah tidak ingin data dirinya disebarluaskan dengan sengaja oleh perusahaan perbankan.

d. Keandalan layanan 24 jam

Transaksi keuangan tanpa batas waktu adalah salah satu keunggulan dari kepemilikan *mobile banking*. Tentu hal tersebut akan lebih diminati oleh nasabah.

e. Kredibilitas perusahaan jasa layanan

Kredibilitas perusahaan juga menjadi faktor penentu nasabah dalam menggunakan layanan jasa perbankan. Dimana nasabah akan lebih memilih menggunakan jasa perbankan dengan tingkat kredibilitas tinggi.

f. Kecepatan koneksi jaringan

Kecepatan koneksi dengan sistem mobile juga merupakan tuntutan dari nasabah. Walaupun hal tersebut bukan kesalahan perbankan melainkan pada *provider* yang digunakan nasabah. Dimana *provider* bergantung pada sinyal yang ada di tempat tersebut.

B. Kualitas Pelayanan

1. Pengertian Pelayanan

Menurut kamus besar bahasa Indonesia pengertian pelayanan berarti suatu kegiatan usaha untuk melayani kebutuhan orang lain.¹¹ Pelayanan merupakan tindakan yang diusulkan dari satu orang ke orang lain, yang tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan sesuatu. Dalam perbankan, berkomunikasi dengan nasabah baik secara langsung atau tidak langsung termasuk ke dalam rangkaian pelayanan yang ditawarkan oleh perbankan.¹² Arti lain dari pelayanan yaitu kegiatan yang diberikan dalam sifat tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan sesuatu serta produksinya dapat atau tidak dapat dikaitkan dengan produk fisik.¹³

Front liner yaitu pelayanan yang keberadaannya berada di bagian depan suatu bank. Oleh sebab itu setiap layanan yang diberikan menimbulkan persepsi pada perusahaan.¹⁴ Bank dapat berperan sebagai wakil dan pemberi jaminan atau pemenuhan kewajiban importer dan eksportir dalam kegiatan pembayaran. Hal tersebut karena bank bertugas sebagai penghimpun dan penyalur dana kepada masyarakat.¹⁵

¹¹ Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi III* (Jakarta: Pusat Bahasa, 2008), 206.

¹² Herry Achmad Buchory dan Djaslim Saladin, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank* (Bandung: Linda Karya, 2006), 108.

¹³ Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan*, 152.

¹⁴ Ikatan Bankir Indonesia, *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2014), 66.

¹⁵ Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, 59.

Kualitas pelayanan diartikan sebagai cara yang dilakukan untuk membuat pelanggan merasa senang dengan kemudahan yang diberikan perusahaan agar pelanggan dapat memenuhi kebutuhannya. Kualitas layanan juga diartikan sebagai penilaian pelanggan terhadap keistimewaan dan keunggulan suatu produk ataupun layanan secara keseluruhan.¹⁶

Kualitas layanan menjadi salah satu penentu terutamanya pada perusahaan dibidang jasa terhadap suatu keberhasilan penjualan perusahaan. Kualitas layanan juga selalu diidentikkan dengan mutu usaha itu sendiri. Semakin baik memuaskan tingkat layanannya, maka akan semakin bermutu usaha tersebut, begitu pula sebaliknya. Salah satu strategi yang akan menunjang keberhasilan bisnis dalam sektor jasa adalah berusaha menawarkan jasa dengan kualitas tinggi.¹⁷ Kualitas layanan merupakan keseluruhan ciri dan karakteristik dari suatu produk atau jasa dalam hal kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan yang telah ditentukan atau bersifat laten.¹⁸

Kualitas pelayanan (*service quality*) dapat dilihat dengan cara membandingkan persepsi konsumen terhadap pelayanan yang mereka terima dengan pelayanan yang mereka harapkan. Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen. Kualitas

¹⁶ Putri Dwi Cahyani. "Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Layanan Perbankan Syariah di Yogyakarta" *Jurnal Bisnis dan Manajemen*. (Vol 6, No 2 Oktober 2015), 5.

¹⁷ Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik Edisi Pertama* (Jakarta: Salemba Empat, 2001), 142.

¹⁸ Ririn Tri Ratnasari dan Mastuti Aksa, *Teori dan Kamus Manajemen Jasa* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), 103.

memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan konsumen serta kebutuhannya.

2. Kualitas Pelayanan dalam Pandangan Islam

a. Al-Qur'an

Islam sendiri mengajarkan untuk memberikan yang terbaik berupa barang ataupun jasa dengan memberikan yang berkualitas. Hal ini seperti yang dijelaskan pada firman Allah SWT dalam QS Al-Baqarah ayat 267.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ ۖ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِأَخِيذِهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ ۗ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji.” (Q.S Al-Baqarah : 267).¹⁹

Dalam tafsir Al-Azhar orang yang beriman hendaklah halus perasaannya dan mengerti perasaan orang lain. Sesuai dengan firman Allah, “Wahai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di

¹⁹ Al-Quran dan Terjemahannya Juz 1-30 Edisi Baru (Surabaya: Pustaka Agung Harapan, 2006), 56.

jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu.”

Hal yang pertama ditekankan dalam ayat ini ialah orang beriman itu selalu berusaha dan tidak suka menganggur atau membuang-buang waktu. Kemudian dijelaskan lagi mengenai hasil yang baik-baik. Untuk menimbang apa yang baik-baik itu dan apa pemberian yang buruk yang tercela itu disuruh mengukur sendiri dengan cara ketika kamu sendiri yang menerima pemberian dari orang lain.²⁰

“Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya.” Artinya ketika memberikan barang kepada orang lain, taksirlah dan ukurlah kepada diri sendiri bagaimana perasaan kita jika diberikan barang yang seperti itu? Adakah kamu senang menerima atau kamu terima hanya lantaran terpaksa saja. Yang dimaksud dalam ayat ini bukan saja tentang zakat, melainkan juga segala macam sedekah *tathawwu'* yang lain-lain, hibah (pemberian), hadiah (tanda mata), derma, dan seumpamanya. Sehingga kalau hendak memberikan yang baik, yang senang memakainya dan senang memberikannya.²¹

²⁰ Hamka, *Tafsir Al-Azhar: Jilid 1 Diperkaya dengan Pendekatan Sejarah, Sosiologi, Tasawuf, Ilmu Kalam, Sastra, dan Psikologi* (Jakarta: Gema Insani, 2017), 537.

²¹ *Ibid.*, 537.

Berdasarkan tafsiran tersebut menjelaskan jika dalam memberikan suatu layanan tidak boleh pilih-pilih dan harus memberikan yang baik-baik, yang senang memakainya dan senang memberikannya. Hal tersebut baik berupa barang ataupun jasa dengan memberikan sesuatu yang berkualitas.

b. Hadis

Suatu peningkatan pelayanan yang ada dibuat dengan tujuan untuk membantu nasabah dalam memperoleh seluruh informasi yang dibutuhkannya. Dalam sebuah hadis yang diriwayatkan oleh al-Bukhari, Rasulullah SAW menjelaskan tentang anjuran untuk membantu dan menyelesaikan kesulitan yang sedang dihadapi oleh orang lain, serta memudahkan kesulitan mereka. Hadis tersebut berbunyi:

حَدَّثَنَا يَحْيَى بْنُ بُكَيْرٍ حَدَّثَنَا اللَّيْثُ عَنْ عُقَيْلٍ عَنِ ابْنِ شِهَابٍ أَنَّ سَالِمًا أَخْبَرَهُ أَنَّ عَبْدَ اللَّهِ بْنَ عُمَرَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا أَخْبَرَهُ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ الْمُسْلِمُ أَخُو الْمُسْلِمِ لَا يَظْلِمُهُ وَلَا يُسْلِمُهُ وَمَنْ كَانَ فِي حَاجَةِ أَخِيهِ كَانَ اللَّهُ فِي حَاجَتِهِ وَمَنْ فَرَّجَ عَنْ مُسْلِمٍ كُرْبَةً فَرَّجَ اللَّهُ عَنْهُ كُرْبَةً مِنْ كُرْبَاتٍ يَوْمَ الْقِيَامَةِ وَمَنْ سَتَرَ مُسْلِمًا سَتَرَهُ اللَّهُ يَوْمَ الْقِيَامَةِ

Telah menceritakan kepada kami Yahya bin Bukair telah menceritakan kepada kami Al Laits dari 'Uqail dari Ibnu Syihab bahwa Salim mengabarkan kepadanya, sesungguhnya Abdullah bin Umar RA. mengabarkan kepada Rasulullah SAW bersabda, "Seorang muslim adalah saudara muslim yang lain, tidak boleh menzhaliminya dan tidak menyerahkannya. Barangsiapa mengusahakan kebutuhan saudaranya, maka Allah akan memenuhi kebutuhannya. Barangsiapa melapangkan satu kesusahan seorang muslim, maka Allah akan melapangkan satu kesusahan diantara kesusahan-kesusahannya pada hari kiamat. Barangsiapa menutup

(aib) seorang muslim, maka Allah akan menutupi (aib)nya pada hari Kiamat.”

Keterangan hadis pada bab “seorang muslim tidak menzalimi muslim yang lain dan tidak menyerahkannya”. Dikatakan: *aslama fulan fulaanan*, artinya dia menjerumuskannya dalam kebinasaan dan tidak melindunginya dari musuh. Kalimat ini bersikap umum, mencakup semua sikap tidak peduli dengan keadaan orang lain.²²

“Seorang muslim adalah saudara muslim yang lain”. Ini adalah bentuk *ukhuwah* (persaudaraan) dalam Islam. Dalam hal ini tidak ada perbedaan antara orang merdeka, budak, dewasa ataupun anak-anak. Kalimat "*tidak menzaliminya*" kalimat berita yang bermakna perintah. Sedangkan kalimat "*tidak menyerahkannya*" bermakna tidak membiarkannya pada sesuatu yang menyakitinya. Bahkan, seharusnya dia menolong dan membela saudaranya.

Ath-Thabarani menambahkan dalam riwayatnya dari jalur lain dari Salim, (dan tidak membiarkannya dalam musibah yang menyimpannya). Sementara dalam riwayat Imam Muslim dari hadis Abu Hurairah disebutkan “cukuplah seorang melakukan keburukan dengan merendahkan saudaranya sesama muslim”.

²² Ibnu Hajar Al-Asqalani, *Fathul Baari: Penjelasan Kitab Shahih Al Bukhari Jilid 14* (Jakarta: Pustaka Azzam, 2010), 8-11.

Dalam hadis Abu Hurairah yang diriwayatkan Imam Muslim disebutkan, “Allah senantiasa menolong seorang hamba, selama hamba itu menolong saudaranya”. “Barangsiapa melampirkan kesusahan seorang muslim”.

“Barangsiapa menutupi seorang muslim” maksud kalimat itu adalah apabila melihatnya berada dalam perbuatan buruk, tetapi dia tidak membeberkannya kepada manusia. Hal tersebut sama dengan perintah menutupi kesalahan diri sendiri. Kata menutupi dalam kalimat ini berlaku pada kemaksiatan yang telah berlalu, sedangkan pengingkaran berlaku pada kemaksiatan yang sedang berlangsung dan senantiasa dikerjakan. Hadis ini menganjurkan sikap saling menolong, memperbaiki pergaulan dan persahabatan. Selain itu, balasan yang diberikan sesuai dengan ketaatan yang dilakukan.²³

Hadis tersebut menyatakan bahwa Allah akan selalu menolong hambanya yang menolong saudaranya telah disebutkan berbagai sikap seseorang kepada orang lainnya beserta dengan ganjaran yang diterimanya dari Allah SWT. Dari penjelasan hadis di atas, terdapat beberapa poin penting yang dapat direfleksikan kepada nasabah terkait tentang layanan yang terdapat di bank, yaitu:

²³ Ibid., 8-11.

- 1) Menyelesaikan berbagai kesulitan yang dihadapi oleh nasabah.
- 2) Memudahkan setiap kesulitan yang dialami oleh nasabah.
- 3) Menutup aib (kekurangan/ketidaktahuan) yang dimiliki oleh nasabah.

3. Bentuk-bentuk Pelayanan

Bentuk pelayanan yang bisa ditawarkan kepada nasabah terdiri atas berbagai macam cara. Hal tersebut seperti pelayanan melalui lisan, tulisan, dan perbuatan.²⁴

a. Layanan dengan lisan

Layanan ini dilakukan oleh petugas dibidang layanan informasi yang tugasnya memberikan suatu penjelasan terkait produk pada siapa saja yang memerlukan.

b. Layanan dengan tulisan

Layanan ini merupakan bentuk layanan yang paling menonjol dalam pelaksanaan tugas. Tidak hanya dalam segi jumlah tetapi juga dalam segi peranannya.

c. Layanan dengan perbuatan

Dilakukan oleh sebagian besar kalangan menengah dan bawah. Karena itu faktor keterampilan dan keahlian petugas sangat menentukan hasil pekerjaan.

²⁴ Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), 257.

Aktivitas layanan yang diberikan kepada nasabah, dapat dibedakan menjadi tiga kelompok yaitu:

- a. *Core service*, adalah pelayanan yang ditawarkan kepada konsumen yang merupakan produk utamanya. Contohnya perbankan yang produk utamanya adalah memberikan pelayanan jasa berupa transaksi keuangan.
- b. *Facilitating service*, adalah fasilitas pelayanan tambahan kepada konsumen. Contohnya seperti adanya layanan keamanan bertransaksi, penyampaian keluhan dan lain sebagainya.
- c. *Supporting service* merupakan pelayanan tambahan (pendukung) untuk meningkatkan nilai pelayanan atau untuk membedakan dengan pelayanan dari pihak pesaingnya. Contohnya dengan adanya aplikasi *mobile banking* dan lain-lain.

4. Indikator Kualitas Pelayanan

Suatu proses pelayanan akan dikatakan berkualitas apabila dalam proses pelayanannya menggunakan lima indikator kualitas pelayanan dalam mengevaluasi pelayanan kepada nasabahnya, yaitu sebagai berikut:²⁵

- a. Bukti langsung (*Tangibles*) merupakan kondisi dimana perusahaan mampu memperlihatkan eksistensinya pada pihak luar. Hal ini berupa suatu manifestasi sarana dan prasarana fisik perusahaan.

²⁵ N Nasution, *Manajemen Mutu Terpadu* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2001), 18.

- b. Keandalan (*Reability*) yaitu perusahaan mampu memberikan layanan yang sesuai janji secara akurat dan dapat dipercaya.
- c. Daya Tanggap (*Responsiveness*) yaitu perusahaan mampu menawarkan pelayanan yang cepat, tepat, dan jelas kepada nasabahnya.
- d. Jaminan (*Asurance*) yaitu dimana perusahaan mampu menumbuhkan rasa percaya kepada nasabah. Dari segi komunikasi, kreadibilitas, keamanan, kompetensi, dan rasa sopan santun.
- e. Empati (*Emphaty*) yaitu karyawan memberikan perhatian yang tulus dan bersifat pribadi kepada nasabah dengan memahami kebutuhan nasabah.