

STRATEGI PENINGKATAN KUALITAS LAYANAN *MOBILE BANKING* BANK X PAHLAWAN DENGAN INTEGRASI SERVQUAL, KANO DAN QFD

Novie Susanto, Fildzah Nada Ayu Zulkamal

Departemen Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Diponegoro, Jalan Prof. Soedarto, SH, Kampus Undip, Tembalang, Semarang, Indonesia, 50275

Abstrak

Layanan mobile banking merupakan salah satu layanan yang paling banyak digunakan nasabah perbankan di masa sekarang. Dukungan kemajuan teknologi, kebutuhan masyarakat yang semakin kompleks, serta kepraktisan layanan menjadi faktor-faktor penting yang membuat mobile banking menjadi pilihan nasabah dalam bertransaksi. Namun, masih banyaknya keluhan dari nasabah mengenai penggunaan m-banking, serta tuntutan kemampuan layanan mobile banking yang harus terus berinovasi menjadi pendorong permasalahan terkait peningkatan kualitas layanan. Penelitian ini mengintegrasikan 3 metode yaitu SERVQUAL, Model Kano dan Quality Function Deployment dalam penyusunan strategi peningkatan kualitas layanan. Dimensi kualitas layanan dalam metode SERVQUAL yang digunakan yaitu Efficiency, Fulfillment, System Availability dan Privacy. Pengukuran SERVQUAL menunjukkan beberapa atribut layanan yang dinilai memiliki kesenjangan, artinya tingkat kualitas layanan m-banking Bank X masih rendah. Pada Model Kano dilakukan klasifikasi dan didapatkan 8 atribut kualitas layanan yang menjadi fokus peningkatan kepuasan pengguna. Metode terakhir penelitian ini yaitu QFD melalui metode House of Quality yang menghasilkan 4 Technical response utama sekaligus menjadi prioritas peningkatan kualitas layanan.

Kata Kunci: SERVQUAL, QFD, Model Kano, Matriks HOQ, Mobile banking

Abstract

Mobile banking services are one of the most widely used services by banking customers nowadays. The support of technological advances, The increasing of complex community needs, and practicality of services are important factors that make mobile banking the customer's choice for transactions. However, there are still many complaints from customers regarding the use of m-banking, as well as demands for the ability of mobile banking services that must continue to innovate, which are drivers of problems related to improving service quality. This research integrates 3 methods, namely SERVQUAL, Kano Model and Quality Function Deployment in developing service quality improvement strategies. The dimensions of service quality in the SERVQUAL method used are Efficiency, Fulfillment, System Availability and Privacy. The SERVQUAL measurement shows that several service attributes are considered to have gaps, meaning that the quality level of Bank X's m-banking services is still low. In the Kano Model, classification is carried out and obtained 8 service quality attributes that are the focus of increasing user satisfaction. The last method of this research is QFD through the House of Quality method which produces 4 main technical responses as well as being a priority to improve service quality.

Keyword: SERVQUAL, QFD, Kano Model, HOQ Matrix, Mobile banking

I. PENDAHULUAN

X online merupakan layanan berbasis aplikasi *online* yang paling banyak digunakan oleh para nasabah Bank X. Produk layanan *m-banking* saat ini diakui telah sangat membantu memudahkan berbagai kebutuhan transaksi, namun ketidakpuasan terhadap layanan saat ini tetap dirasakan oleh pengguna. Mayoritas pengguna mengharapkan produk yang lebih cepat, lebih lengkap dan lebih mudah. Layanan *mobile banking* butuh dikembangkan mengikuti teknologi terbaru, mengingat kebutuhan dan keinginan nasabah yang semakin kompleks. Maka, industri perbankan penting untuk memerhatikan tingkat kualitas layanan produk *m-banking* mereka. Produk yang berkualitas tidak berguna jika tidak diimbangi dengan kualitas layanan yang baik.

Pada penelitian sebelumnya oleh Dwinurpitasari (2019) mengenai pengaruh kepuasan layanan *m-banking* BRI Syariah Ponorogo, disebutkan bahwa pengguna senang terhadap adanya *m-banking*, namun tetap saja masih ada masalah-masalah ketidakpuasan seperti layanan yang tidak dapat digunakan pada waktu tertentu dan ketidaklengkapan menu transaksi. Hal ini akan menyebabkan kepuasan pengguna menurun, karena beberapa kebutuhan pengguna tidak terpenuhi (Kotler & Keller, 2009).

Sama seperti masalah yang dialami pada penelitian sebelumnya, layanan *X online* juga mengalami kendala terkait kinerja aplikasi. Hal ini diketahui melalui hasil wawancara singkat dengan pengguna layanan. Sebanyak 30 orang menjadi responden wawancara untuk mengumpulkan data awal keluhan penggunaan layanan. Wawancara dilakukan dengan nasabah M-banking Bank X yang berada di Kantor Cabang. Demografi responden wawancara awal ini terdiri dari Laki-laki (36,67%) dan Perempuan (36,67%) dengan rentang usia 19-52 tahun dan

berlatarbelakang pekerjaan seperti Karyawan, Ibu rumah tangga, Wiraswasta, dan lainnya. Beberapa keluhan utama yang disampaikan dari pengguna diantaranya aplikasi layanan yang sering *error*, kesulitan saat bertransaksi dan kurangnya kecepatan respon layanan. Keluhan-keluhan ini akan menyebabkan turunnya tingkat kepuasan dan kepercayaan pengguna terhadap Bank terkait jika tidak ada tindakan peningkatan kualitas layanan yang dilakukan. Pengguna akan mencari layanan Bank lain yang dirasa lebih baik dan lebih mampu memenuhi kebutuhan mereka.

Beberapa penelitian sebelumnya yang serupa atau terkait dengan penelitian ini diantaranya Peningkatan Kualitas Layanan *Enterprise Portal* dengan Integrasi Metode SERVQUAL, Kano Model dan QFD (Kusuma, 2016); Analisa Kualitas Pelayanan dengan Integrasi Servqual- Kano pada Perusahaan Jasa Pelayaran Niaga (Nurissobakh, 2019); Perbaikan Kualitas Layanan Jasa dengan Servqual Dimensi Kepariwisata dan QFD (Bambang, dkk, 2010); Pengaruh Kualitas Layanan dan Produk *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Bri Syariah KCP Ponorogo (Dwinurpitasari, 2019); *An application of integrating SERVQUAL and Kano's model into QFD for logistics services* (Baki and Bafirinci, dkk, 2009); *Integrating SERVQUAL and Kano's Model into QFD for Service Excellence Development* (Tan & Pawitra, 2001); *Integrating IPA with Kano Model for Analyzing Service Quality Elements of Mobile Ride-Hailing App* (Pratiwi & Silfianti, 2018); Integrasi E-Servqual, Model Kano, dan HOQ dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Jasa Ojek Online (Kosasih, Sriwana, dkk, 2020); *Identifying and analyzing the gaps between the needs and desires of the Bank customers* (Asgharizadeh, dkk, 2015) dan Perbaikan Kualitas Pelayanan Internet PT.XYZ

Menggunakan Integrasi *Service Quality* dan Model Kano (Rilo,dkk, 2016).

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada salah satu Kantor Cabang Bank X yang berada di Kota Semarang. Sampel penelitian ini yaitu nasabah Bank X pengguna *m-banking* sejumlah 100 orang yang mendaftarkan di Kantor cabang lokasi penelitian. Sampel penelitian ini yaitu pengguna *m-banking* dengan rentang usia 18-58 tahun dan memiliki latar belakang seperti wiraswasta, karyawan, mahasiswa, pengusaha, dll. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebar kuisioner yang berisi penilaian kualitas layanan serta pertanyaan fungsional-disfungsional Kano. Penilaian kualitas layanan mengacu pada besarnya *gap* 5 dan kedua jenis kuisioner dinilai menggunakan skala Likert. Selain itu, dilakukan juga wawancara dengan pihak *m-banking* Bank X sejumlah 2 orang yaitu Pak Febri dan Bu Fiqa sebagai *Service Quality Operation* bagian *Mobile banking* Bank X Cabang membahas mengenai data *technical response*.

Pada tahap metode penelitian dilakukan penentuan variabel. Hal yang menjadi variabel pada penelitian ini yaitu dimensi dan atribut layanan serta Kategori Kano. Pemilihan dimesi yang digunakan dalam penelitian ini mengambil dari teori Parasuraman (2005) terkait penelitian E-Servqual. Tabel 1 berikut merupakan daftar dimensi dan atribut layanan yang digunakan pada penelitian.

Tabel 1. Dimensi & Atribut layanan penelitian

Dimensi	Atribut layanan	Referensi
Efisiensi (<i>Efficiency</i>) Kemampuan pengguna dalam mengakses aplikasi <i>m-banking</i> , mencari informasi terkait layanan, dan mengakses aplikasi	Efisien waktu dan usaha dibanding transaksi metode lain	Suryani, Tatik. (2017)
	Kemudahan pemahaman dan penggunaan layanan	

dengan upaya minimal dan mudah	Kecepatan respon kegiatan transaksi	
	Kemudahan penggunaan layanan kapanpun dan dimanapun	
Pemenuhan kebutuhan atau Kehandalan (<i>Fulfillment/Reliability</i>) Kinerja layanan <i>m-banking</i> kontras dengan apa yang menjadi keunggulan yang ditawarkan melalui aplikasi layanan, mencakup akurasi dan janji layanan.	Ketersediaan fasilitas transaksi yang lengkap	Tony Sitinjak, dkk. (2004) Suryani, Tatik. (2017)
	Ketersediaan informasi penggunaan layanan rinci dan jelas	
	Akurasi laporan dan riwayat transaksi	
	Kemampuan memenuhi kebutuhan transaksi nasabah	
Ketersediaan sistem (<i>System Availability</i>) Fungsionalitas teknik situs bersangkutan, berfungsi sebagaimana mestinya	Ketersediaan informasi data keuangan yang lengkap dan akurat	Dwinurpitasari, Yeni A. (2019)
	Ketepatan fungsi menu/fasilitas transaksi	
	Kemampuan sistem penanganan masalah layanan	
	Sistem layanan beroperasi/dapat diakses dengan baik	
	Kemampuan sistem layanan dalam menghindari kesalahan transaksi	
	Kesesuaian penggunaan layanan dengan kebutuhan nasabah	
	Semua kegiatan transaksi dilakukan atas persetujuan nasabah	
Privasi dan Keamanan (<i>Privacy & Security</i>) Jaminan keamanan dan kemampuan perusahaan dalam menjaga kebenaran data pengguna.	Kemampuan menjaga keamanan akun dan data pribadi nasabah	Islam, Saiful, and Ali, Md. Borak. (2011).
	Keamanan data transaksi nasabah	
	Kepercayaan nasabah terhadap keamanan bertransaksi	

Tahap selanjutnya yaitu Metode Kano. Model Kano dapat mengetahui kepuasan pelanggan melalui kategorisasi tingkat kepuasan pelanggan dengan kinerja interaksi produk atau jasa, kemudian diketahui atribut mana yang perlu ditangani secara tepat yang memberikan dampak positif untuk pelanggan dan perusahaan (Kano et al., 1984)

Menurut Suerwein, Bailom, dkk. (1996) penggolongan atribut berdasarkan Model Kano dilakukan dengan mengajukan dua jenis pertanyaan yaitu pertanyaan functional (positif) dan pertanyaan dysfunctional (negatif) dalam bentuk kuesioner. Kategori kano diantaranya *Attractive (A)*, *Must-be (M)*, *One dimensional (O)*, *Indifferent (I)*, *Reverse (R)*, dan *Questionable (Q)*.

Perusahaan yang aktif bersaing umumnya memiliki target kategori diantaranya semua atribut *must-be* terpenuhi, kinerja layanan yang lebih baik daripada kompetitor dari segi atribut *one-dimensional*, dan terus mengupayakan kepuasan pelanggan yang unggul dari segi atribut *attractive*. Kategori Kano ditentukan dari hasil penilaian skala Likert kuesioner pernyataan fungsional-disfungsional dan dicocokkan dengan Tabel Kategori Kano seperti pada Tabel 2 berikut.

Tabel 2. Kategorisasi Kano

Kebutuhan konsumen		Dysfunctional				
		1	2	3	4	5
		Suka	Harap	Netral	Toleransi	Tidak suka
F u n c t i o n a l	1. Suka	Q	A	A	A	O
	2. Harap	R	I	I	I	M
	3. Netral	R	I	I	I	M
	4. Toleransi	R	I	I	I	M
	5. Tidak suka	R	R	R	R	Q

Tahap selanjutnya yaitu penggabungan atribut pada *House of Quality*. Bagian *Voice of customer*

berisi beberapa kebutuhan pengguna dari kuisisioner. HOQ menghubungkan atribut layanan yang terpilih menjadi *Voice of Customer* dengan respon teknis yang mampu dilakukan oleh perusahaan (Cohen, Luo. 1937). Tahap pertama dalam membuat *House of Quality* adalah menyusun daftar *technical response* yang didapatkan melalui diskusi dengan pengelola *Mobile banking* Bank X. Keputusan *Technical response* ditentukan pihak bank berdasarkan data *Voice of Customer*.

III. PEMBAHASAN DAN ANALISIS

a. Gap SERVQUAL

Perhitungan skor *gap* pada SERVQUAL diperoleh dari selisih nilai rata-rata persepsi dan ekspektasi secara keseluruhan. Tabel 3 berikut merupakan detail nilai *gap* tiap atribut layanan.

Tabel 3. Nilai gap atribut layanan

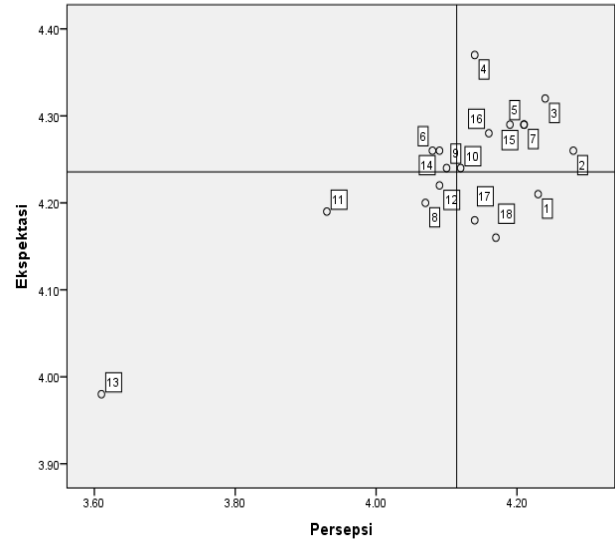
No	Atribut kualitas	Rata-rata persepsi	Rata-rata harapan	Gap
1	Efisien waktu dan usaha dibanding transaksi metode lain	4,23	4,21	0,02
2	Kemudahan pemahaman dan penggunaan layanan	4,28	4,26	0,02
3	Kecepatan respon kegiatan transaksi	4,24	4,32	-0,08
4	Kemudahan penggunaan layanan kapanpun dan dimanapun	4,16	4,37	-0,21
5	Ketersediaan fasilitas transaksi yang lengkap	4,21	4,29	-0,08
6	Ketersediaan informasi penggunaan layanan rinci dan jelas	4,08	4,26	-0,18
7	Akurasi laporan dan riwayat transaksi	4,21	4,29	-0,08
8	Kemampuan memenuhi kebutuhan transaksi nasabah	4,05	4,2	-0,15
9	Ketersediaan informasi data keuangan lengkap dan akurat	4,1	4,24	-0,14
10	Ketepatan fungsi menu/fasilitas transaksi	4,14	4,24	-0,1
11	Kemampuan sistem penanganan masalah layanan	3,93	4,19	-0,26
12	Sistem layanan beroperasi/dapat diakses dengan baik	4,12	4,22	-0,1
13	Kemampuan sistem dalam	3,61	3,98	-0,37

	menghindari kesalahan transaksi			
14	Kesesuaian penggunaan layanan dengan kebutuhan nasabah	4,09	4,26	-0,17
15	Semua kegiatan transaksi dilakukan atas persetujuan nasabah	4,19	4,29	-0,1
16	Kemampuan menjaga keamanan akun dan data pribadi nasabah	4,16	4,28	-0,12
17	Keamanan data transaksi nasabah	4,14	4,18	-0,04
18	Kepercayaan nasabah terhadap keamanan bertransaksi	4,17	4,16	0,01

Berdasarkan hasil perhitungan *gap* SERVQUAL penelitian ini, diketahui bahwa dari 18 atribut layanan mendapatkan nilai *gap* negatif dengan kesenjangan terbesar terdapat pada atribut layanan ke- 13, yaitu kemampuan sistem layanan dalam menghindari kesalahan transaksi dengan jumlah *gap* -0,37. Kesenjangan yang bernilai negatif menunjukkan bahwa ekspektasi pengguna layanan tidak terpenuhi. Semakin besar kesenjangan terjadi, maka semakin lebar jurang pemisah antara keinginan konsumen dengan sesuatu yang mereka terima (Mansur, 2003). Hal ini menunjukkan bahwa *m-banking* Bank X belum cukup memenuhi ekspektasi pengguna terutama pada atribut bernilai *gap* negatif terbesar.

b. Matriks IPA

Matriks IPA terdiri dari 4 kuadran, A, B, C dan D. Kuadran A merupakan kuadran dengan atribut pelayanan yang memiliki nilai harapan/ekspektasi tinggi namun kepuasannya masih sangat rendah. Berikut merupakan hasil matriks IPA berdasarkan nilai *gap* masing-masing atribut layanan:



Gambar 1. Matriks IPA

Berdasarkan Matriks IPA pada Gambar 1, berikut atribut – atribut pelayanan yang masuk kategori kuadran A pada analisa IPA:

- Ketersediaan informasi penggunaan layanan rinci dan jelas
- Kesesuaian penggunaan layanan dengan kebutuhan nasabah
- Ketersediaan informasi data keuangan yang lengkap dan akurat
- Ketepatan fungsi menu/fasilitas transaksi

Atribut pada kuadran A merupakan variabel kritis karena sangat memengaruhi kepuasan pelanggan tetapi manajemen belum mampu memenuhinya. Selanjutnya, variabel kritis ini dianggap sebagai *Voice of customer* yang harus segera diperbaiki. *Quality Function Deployment* digunakan pada tahap selanjutnya untuk perencanaan, perbaikan dan pengembangan kualitas layanan

c. Model Kano

Pengumpulan data uji Model Kano dilakukan dengan kuisioner yang berisi dua macam pernyataan pada setiap atribut layanan, yaitu pernyataan

fungsional dan disfungsional. Pertanyaan fungsional merepresentasikan jika atribut layanan tersebut tersedia atau terlaksana, sedangkan pernyataan disfungsional merepresentasikan jika atribut layanan tersebut dihilangkan (Hartono, 2018). Tabel 4. berikut merupakan hasil kategorisasi kano berdasarkan Tabel Kategori Kano pada penelitian ini:

Tabel 4. Kategori Kano

No	Atribut kualitas	Kategori Kano
1	Efisien waktu dan usaha dibanding transaksi metode lain	I
2	Kemudahan pemahaman dan penggunaan layanan	I
3	Kecepatan respon kegiatan transaksi	M
4	Kemudahan penggunaan layanan kapanpun dan dimanapun	O
5	Ketersediaan fasilitas transaksi yang lengkap	O
6	Ketersediaan informasi penggunaan layanan rinci dan jelas	M
7	Akurasi laporan dan riwayat transaksi	I
8	Kemampuan memenuhi kebutuhan transaksi nasabah	I
9	Ketersediaan informasi data keuangan lengkap dan akurat	M
10	Ketepatan fungsi menu/fasilitas transaksi	O
11	Kemampuan sistem penanganan masalah layanan	I
12	Sistem layanan beroperasi/dapat diakses dengan baik	I
13	Kemampuan sistem layanan dalam mengatasi kesalahan transaksi	A
14	Kesesuaian penggunaan layanan dengan kebutuhan nasabah	O
15	Semua kegiatan transaksi dilakukan atas persetujuan nasabah	I
16	Kemampuan menjaga keamanan akun dan data pribadi nasabah	I
17	Keamanan data transaksi nasabah	I
18	Kepercayaan nasabah terhadap keamanan bertransaksi	I

***Keterangan**

(I=Indifferent; M=Must-be; O=One-dimensional; A=Attractive)

d. Penyusunan House of Quality dalam QFD

Tahap selanjutnya pada penelitian ini yaitu penyusunan *House of Quality*. *House of Quality*

(HOQ) berperan sebagai penyusun prioritas perbaikan layanan bagi perusahaan untuk meningkatkan kualitas layanan

Pengembangan *House of Quality* secara umum mengikuti langkah-langkah sebagai berikut (Cohen, 1995):

1. Melengkapi bagian *customer requirements*.
2. Melengkapi bagian matriks perencanaan (*planning matrix*)
3. Melengkapi bagian tanggapan teknis (*design/requirements*)
4. Melengkapi bagian hubungan (*interrelationship*)

Technical response atau respon teknis merupakan penyusunan rancangan teknis berdasarkan kebutuhan pengguna atas suatu layanan ke bahasa organisasi. Dalam penentuan *technical response*, dilakukan kegiatan diskusi atau wawancara dengan pihak bank di bidang *mobile banking* Bank X.

Technical response ditentukan cara membahas tiap atribut layanan yang menjadi prioritas dengan pihak bank, kemudian dibahas solusi yang dapat dilakukan untuk meningkatkan atribut layanan prioritas tersebut. Berdasarkan hasil diskusi, didapatkan beberapa poin yang menjadi respons teknis terkait pemenuhan layanan *mobile banking*.

Berikut adalah *technical response* yang merupakan hasil diskusi tersebut:

1. Mitigasi resiko keamanan data
2. Penyidikan transaksi yang *error*
3. *All in One Access* yang terintegrasi
4. Komunikasi dan penyediaan informasi yang baik
5. Transparansi dan akurasi data transaksi
6. Perkembangan teknologi yang lebih praktis
7. Fitur *quick pick* yang mempercepat respon sistem
8. Ketersediaan informasi setiap menu *m-banking*
9. Kemudahan akses layanan

Bobot *technical response* merupakan suatu ukuran yang menunjukkan respons teknis yang perlu mendapat perhatian atau prioritas dari pihak *mobile banking* karena memiliki hubungan dengan pemenuhan kebutuhan pengguna. Perhitungan bobot *technical response* disebut juga dengan perhitungan kepentingan absolut atau *absolute importance* (AI) dan nilai kepentingan relatif atau *relative importance* (RI).

Hasil perhitungan nilai *absolute importance* dan *relative importance* dari *technical response* terhadap kebutuhan pengguna *mobile banking* dapat dilihat pada Tabel 5 berikut ini.

Tabel 5. Nilai AI, RI, dan urutan prioritas

No	Technical Response	AI	RI	Prioritas
1	Mitigasi resiko keamanan data	8,64	3,99	8
2	Penyidikan transaksi error	20,16	9,31	6
3	All in one acces yg terintegrasi	42,96	19,83	2
4	Komunikasi & penyediaan informasi yang baik	8,16	3,77	9
5	Transparansi dan akurasi data transaksi	56,64	26,14	1
6	Perkembangan teknologi yang lebih praktis	9,28	4,28	7
7	Fitur quick pick terintegrasi	28,32	13,07	5
8	Ketersediaan informasi setiap menu	39,6	2,99	3
9	Kemudahan akses layanan	36	16,62	4

Matriks HOQ yang diisi berdasarkan seluruh data yang diperlukan seperti 8 atribut layanan terpilih, 9 respon teknis, nilai bobot dan kepentingan relatif, simbol hubungan atribut dan respon teknis, simbol *correlation matrix*, tingkat kepentingan dan arah pengembangan respon teknis. Susunan Matriks HOQ pada penelitian m-banking Bank X ini dapat dilihat pada bagian Lampiran 1.

Nilai target prioritas perbaikan yang penting untuk ditindaklanjuti adalah nilai respon teknis diatas 10, maka diusulkan empat respon teknis yang harus

ditangani pihak *m-banking* untuk pengembangan layanan selanjutnya, yaitu Kemudahan akses layanan, Transparansi dan akurasi data, Perkembangan teknologi yang lebih praktis, dan *All in One access* terintegrasi. Perbaikan dan peningkatan layanan pada aspek ini dapat memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan pengguna sehingga *m-banking* Bank X dapat digunakan semakin baik dan nyaman.

Setelah mengetahui *technical response* prioritas, langkah terakhir dalam penelitian ini yaitu pemberian contoh bentuk pengembangan untuk rekomendasi yang telah ditentukan. Tabel 6 berikut merupakan detail bentuk pengembangan rekomendasi penelitian.

Tabel 6. Bentuk pengembangan rekomendasi

Technical response rekomendasi	Bentuk pengembangan
Kemudahan akses layanan	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Mobile banking</i> dapat menyimpan semua bukti transaksi secara otomatis. - <i>Design interface mobile banking</i> tetap sederhana dan ringkas meskipun fitur semakin lengkap, karena <i>interface</i> aplikasi yang sederhana lebih mudah dipahami dan digunakan - <i>Mobile banking</i> menyimpan transaksi rutin nasabah sehingga tidak perlu mengetik ulang nomor transaksi - <i>Mobile banking</i> dapat diandalkan untuk transaksi di ATM jika kartu sedang tidak dapat digunakan. Transaksi yang dilakukan seperti tarik tunai
Transparansi dan akurasi data	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Mobile banking</i> dapat menampilkan dan menyimpan kegiatan transaksi nasabah untuk beberapa bulan kebelakang. - Data transaksi yang ditampilkan bisa lebih detail, bisa berisi nama dan nomor

	<p>rekening, catatan transaksi, jumlah transaksi, waktu dan lokasi transaksi sehingga informasi yang diterima lengkap dan akurat.</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Mobile banking</i> memiliki kemampuan untuk membantu nasabah menandai transaksi penting, dan <i>mobile banking</i> dapat mengirimkan laporan transaksi penting ke <i>email</i> (sesuai instruksi nasabah)
Perkembangan teknologi yang lebih praktis	<ul style="list-style-type: none"> - Pada segi keamanan dan kemudahan upaya <i>login</i>, <i>mobile banking</i> X dapat menggunakan verifikasi wajah yang terintegrasi dengan data kependudukan negara. - Memaksimalkan inovasi terbaru, yaitu fitur QRIS yang dapat digunakan untuk transaksi yang rutin digunakan nasabah, misal pom bensin, jalan tol, dll. QRIS diharapkan dapat otomatis menampilkan jumlah tagihan yang di-<i>scan</i>. Memperbanyak <i>merchant</i> dan infrastruktur pembayaran juga harus diperhatikan untuk menjalankan maksimasi penggunaan QRIS.
<i>All in One access</i> terintegrasi	<ul style="list-style-type: none"> - Akun <i>mobile banking</i> memfasilitasi pengguna untuk bertransaksi di aplikasi lain dengan mudah yaitu menautkan akun <i>m-banking</i> dengan akun aplikasi lain. - Dalam satu aplikasi dan satu akun <i>mobile banking</i> bisa menampilkan beberapa tabungan dan kartu yang dimiliki nasabah. Pengecekan saldo beberapa

	<p>kartu atau <i>e-wallet</i> juga dapat dilakukan tanpa berganti akun.</p>
--	-----------------------------------------------------------------------------

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil data keluhan awal yang dikumpulkan pada penelitian ini, tingkat kepuasan pengguna terhadap kualitas layanan *m-banking* Bank X masih belum cukup memenuhi ekspektasi pengguna. Hasil nilai rata – rata *gap score* keseluruhan atribut layanan bernilai negatif. Nilai negatif, terutama yang besar mengindikasikan kesenjangan antara ekspektasi dan persepsi. Atribut layanan yang dapat ditingkatkan kualitas layanannya ditentukan dengan klasifikasi Model Kano. Berdasarkan 18 atribut layanan yang dinilai dalam SERVQUAL, tersisa 8 atribut yang berpengaruh terhadap peningkatan kepuasan pengguna berdasarkan pengolahan Model Kano. Terakhir, dari matriks HOQ diusulkan 4 respon teknis yang harus ditangani pihak *m-banking* untuk pengembangan layanan selanjutnya, yaitu Kemudahan akses layanan, Transparansi dan akurasi data, Perkembangan teknologi yang lebih praktis, dan *All in One access* terintegrasi. Perbaikan dan peningkatan layanan pada aspek ini dapat memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan pengguna sehingga *m-banking* Bank X.

V. SARAN

Pada bagian pemberian rekomendasi berupa bentuk pengembangan respon teknis prioritas, dapat dilakukan dengan menyampaikan rekomendasi dan mendiskusikan poin rekomendasi dengan pihak layanan terkait yang berwenang. Penelitian selanjutnya dapat dilkakukan dengan menambah data kuisioner kepuasan pelanggan dari jenis perbankan lain sebagai perbandingan layanan, misalnya produk

mobile banking memiliki *digital banking*. Penelitian selanjutnya juga dapat menggunakan variabel-variabel yang lebih detail, misalnya pertimbangan emosional pengguna dengan *Kansei Engineering* dan data biaya dengan *Sales poin* agar lebih spesifik.

DAFTAR PUSTAKA

- Asgharizadeh, E., Ghasemi, Ahmad R., and Sarbaz, H. (2015). Identifying and Analyzing The Gaps Between The Needs And Desires Of The Customers (The Case Study of Pasargad Bank). Iran: *International Journal of Innovation and Applied Studies*: ISSN 2028-9324 Vol. 10.
- Bambang P., Hartini, S., dan Anwar, A. S. (2010). Perbaikan Kualitas Layanan Jasa Dengan Model Servqual Dimensi Kepariwisata Dan Metode Quality Function Deployment (Studi Kasus di PT X, Tempat Wisata Wahana Permainan). *JATI Undip*: Semarang.
- Baki, B., Basfirinci, C. S., dkk. (2009). An application of integrating SERVQUAL and Kano's Model into QFD for logistics services. Turkey: *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*.
- Barkhuizen, N., Puleng, M., dan Schutte. (2014). Talent. Management, Work Engagement and Service Quality Orientation of Support Staff in a Higher Education Institution. *Mediterranean Journal of Social Science*.
- Cohen, L. (1995). *Quality Function Deployment: How to Make QFD Work for You*. UK: Addison-Wesley.
- Dabholkar, P. A. (2000.) *Framework for Service Quality*. Boston: Sage Publications.
- Dwinurpitasari, Y. A. (2019). *Pengaruh Kualitas Layanan dan Produk Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah pada BRI Syariah KCP Ponorogo*. Skripsi. IAIN Ponorogo.
- Hartono, M.. (2018). How Kan.o's Performance Mediates Perceived SERVQUAL Impact on Kansei. Surabaya: University of Surabaya.
- Heizer, Jay dan Barry, R. (2009). *Manajemen Operasi Buku 1 Edisi 9*. Jakarta: Salemba Empat.
- Islam, S., and Borak, A.. (2011). Measuring Service Quality of Banks: An Empirical Study. Bangladesh: *Research Journal of Finance and Accounting*.
- Kano, et al. (1984). How to Delight Your Customers. *Journal of Product & Brand Management*.
- Kesuma, D.P. (2013). Penerapan Quality Function Deployment dengan Mengadopsi Penggabungan Metode SERVQUAL dan Model Kano Dalam Upaya Meningkatkan Kualitas Layanan Web Perguruan Tinggi: Studi Kasus Web STMIK MDP, Universitas Indonesia.
- Kusuma, N. (2016). Strategi Peningkatan Kualitas Layanan *Enterprise Portal* dengan Integrasi Metode SERVQUAL, Kano Model dan QFD: Studi Kasus PT. Maskapai Reasuransi Indonesia, Tbk. Universitas Indonesia: Jakarta.
- Kosasih, W., Sriwana, I. K., dan Adhesi, R. (2020). Integrasi E-Servqual, Model Kano dan HOQ dalam meningkatkan Kepuasan Pelanggan Jasa Ojek Online. *Paper presented at The 8th SNMI (TI-36)*. Jakarta: Fakultas Teknik Universitas Tarumanagara.
- Kotler, P. dan Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Lewis. R. C.,& Booms, B. (1983). The Marketing Aspects of Service Quality. Chicago: *AMA Proceeding, American Marketing Association*..
- Mansur, A. dan Wahyu, I. (2003), Analisis Kualitas Pelayanan dengan metode Servqual Sebagai Dasar Peningkatan Kepuasan Pelanggan. *Proseeding Seminar Nasional.Manajemen Teknologi I*.
- Matzler, K., & Sauerwein, E. (2002). The Factor Structure Of Customer Satisfaction: An Empirical Test Of The Importance Grid And The Penalty – Reward-Contrast Analysis. *International Journal of Service Industry Management*.

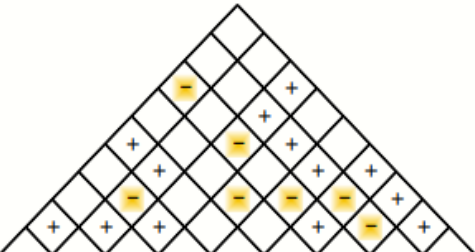
- Nurissobakh, S. (2019). Analisa Kualitas Pelayanan dengan Integrasi SERVQUAL dan Kano pada Perusahaan Jasa Pelayaran Niaga. *Politeknik Perkapalan Negeri Surabaya*: Surabaya.
- Osgood, C. E. (1952). The Nature and Measurement of Meaning, in Snider, J. G. and Osgood, C. E. (ed.), *Semantic Differential Technique*. Chicago: *Aldine Publishing Company*.
- Parasuraman, Zeitham, V.A. and Berry, L.L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*.
- Parasuraman, Valarie A. Z., and Leonard L. Berry. (1990). *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perception and Expectations*. The Free Press.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., & Malhotra, A. (2005). E-S-QUAL: A Multiple-Item Scale for Assessing Electronic Service Quality. *Journal of Service Research*.
- Rangkuti, Freddy. (2013). *Customer Service Satisfaction & Call Center Berdasarkan Iso 9001*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rilo, W., Praptono, B., and Aurachman, R. (2016). Improving The Quality of Service PT.XYZ Using Integration of Service Quality and Kano Model. *e-Proceeding of Engineering*.
- Tan, K.C. and Pawitra, T.A. (2001). Integrating SERVQUAL and Kano's Model Into QFD for Service Excellence Development. *Managing Service Quality: An International Journal*, Vol. 11 No. 6

Lampiran 1: MATRIKS HOQ

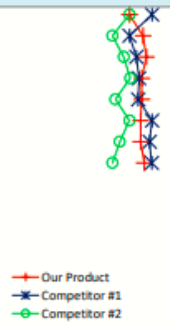
Correlations	
Positive	+
Negative	-
No Correlation	

Relationships	
Strong	●
Moderate	○
Weak	▽

Direction of Improvement	
Maximize	▲
Target	◇
Minimize	▼



Row #	Weight Chart	Relative Weight	Customer Importance	Maximum Relationship	Functional Requirements	Customer Competitive Assessment									Row #											
						Column #	1	2	3	4	5	6	7	8		9	0	1	2	3	4	5				
1		12%	1,5	8	Kemampuan sistem layanan dalam hindari kesalahan transaksi	▲	●			○											3,98	4,50	3,98	4,50		1
2		10%	1,3	8	Ketersediaan fasilitas transaksi yang lengkap	▲		●		○			●								4,29	3,98	3,59	4,29		2
3		29%	3,7	8	Kemudahan penggunaan layanan kapanpun & dimanapun	▲					▽	○		●							4,37	4,14	3,85	4,37		3
4		6%	0,7	8	Ketersediaan informasi penggunaan layanan rinci dan jelas	▲			●	▽			●								4,26	4,20	4,00	4,26		4
5		21%	2,7	8	Sesuaian penggunaan layanan dengan kebutuhan nasabah	▲			○	○		●									4,26	4,18	3,66	4,26		5
6		4%	0,6	8	Ketersediaan informasi data keuangan yang lengkap dan akurat	▲	○	●			●										4,24	4,50	3,98	4,50		6
7		15%	1,9	8	Ketepatan fungsi menu/fasilitas transaksi	▲				●	▽										4,24	4,44	3,76	4,44		7
8		3%	0,3	8	Kecepatan respon kegiatan transaksi	▲			○				●		●						4,32	4,49	3,59	4,49		8
					Max Relationship		9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9							
					Technical Importance Rating		118,3	144,8	162,8	115,5	247	237,2	109,8	142	283,9											
					Relative Weight		8%	9%	10%	7%	16%	15%	7%	9%	18%											
					Weight Chart																					



▲ Our Product
★ Competitor #1
○ Competitor #2