Kampus Terpadu UBB, Gedung Timah II, Desa Balunijuk Kecamatan Merawang, Kabupaten Bangka, Provinsi Kepulauan Bangka Belitung 33172 Telp (0717) 4260030, 4260031 Email: <u>ijab.jurnal@gmail.com</u>

Laman: https://ijab.ubb.ac.id

## ANALISIS KUALITAS LAYANAN MOBILE BANKING DAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUASAN NASABAH

Siti Susanti<sup>1\*</sup>, Muhammad Iqbal Fasa<sup>2</sup>, Suharto<sup>3</sup>, Adib Fachri<sup>4</sup>
UIN Raden Intan Lampung<sup>1,2,3,4</sup>
sitisusanti010223@gmail.com\*

#### **ABSTRAK**

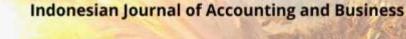
Industri perbankan berkembang pesat dengan memanfaatkan e-banking sebagai sarana yang efisien dan sesuai untuk memuaskan nasabah. Layanan perbankan online adalah layanan umum yang disarankan oleh bank umum untuk memberikan layanan yang lebih cepat dan lebih dapat diandalkan bagi pelanggan. Dengan kemajuan teknologi yang pesat, e-banking telah dimanfaatkan untuk menyerap pelanggan dan melakukan transaksi perbankan. Namun, masalah utama dengan e-banking adalah memuaskan pelanggan yang sekarang menggunakan Internet banking. Kepuasan nasabah merupakan faktor penting dalam membantu bank untuk mempertahankan keunggulan kompetitifnya. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah terhadap layanan e-banking. Empat faktor yang dapat mendorong kepuasan nasabah terhadap e-banking adalah layanan cloud, keamanan, e-learning, dan kualitas layanan. Penelitian ini menggunakan metode pemodelan persamaan struktural untuk mengevaluasi model kausal dengan validitas dan reliabilitas model pengukuran. Model penelitian dianalisis berdasarkan data yang dikumpulkan dari kuesioner menggunakan SMART PLS 3.2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa layanan cloud, keamanan, e-learning, dan kualitas layanan adalah empat faktor signifikan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam menggunakan layanan Internet banking.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Mobile Banking, Kepuasan Nasabah

### I. PENDAHULUAN

Pesatnya pertumbuhan teknologi informasi memungkinkan nasabah bank untuk lebih terhubung ke rekening bank mereka melalui Internet dan Meskipun e-banking memiliki beberapa tahapan. seluler. namun poin utama yang membedakan e-banking adalah ketersediaan perangkat perangkat lunak, dan sistem pemrosesan informasi keras, keuangan (Kamel, 2006). e-banking merupakan Dengan kata lain, kombinasi optimal dari total aktivitas bank melalui pemanfaatan teknologi informasi modern menyediakan semua layanan yang 2004). perhatian berdasarkan kebutuhan nasabah (Blount, Namun, sebagian besar ahli adalah bagaimana menggunakan perangkat keras,

# IJAB



ISSN. 2715-2561 (Print) - ISSN. 2715-257x (Online) http://ijab.ubb.ac.id/index.php/journal Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung

Kampus Terpadu UBB, Gedung Timah II, Desa Balunijuk Kecamatan Merawang, Kabupaten Bangka, Provinsi Kepulauan Bangka Belitung 33172 Telp (0717) 4260030, 4260031 Email: <u>ijab.jurnal@gmail.com</u>

Laman: https://ijab.ubb.ac.id

perangkat lunak. dan teknologi jaringan untuk mengintegrasikan semua aktivitas dan orientasi pelanggan. E-banking menggunakan seperti elektronik. beberapa alat dompet cek elektronik. uang elektronik, beberapa ienis kartu termasuk kartu kredit. kartu debit, POS ATM, kartu pengeluaran (Anjungan Tunai Mandiri), dan sistem (Point Of Sale).

Selain infrastruktur itu, perangkat keras dan perangkat lunak, infrastruktur manaiemen hukum dan budava. sistem hubungan pelanggan, dan manaiemen sumber daya manusia merupakan persyaratan e-banking. Di sisi lain. perbankan tradisional saat merupakan cara paling umum untuk transaksi perbankan di sebagian negara. Banyak uang telah dihabiskan untuk bility, yang telah menimbulkan kekhawatiran di kalangan bank. Oleh karena itu. perlu faktor-faktor dilakukan identifikasi mempengaruhi yang kecenderungan masyarakat untuk menggunakan layanan internet dalam meningkatkan taktik pemasaran (Wang, 2003). Selain banking pengguna adopsi teknologi informasi itu. karena sikap terhadap baru pengaruh mendasar pada keberhasilan memiliki adopsi teknologi informasi, penting untuk mengenali faktor-faktor mempengaruhi yang sudut pandang mereka. Dengan peningkatan pesat e-commerce. Internet. sektor keuangan dan perbankan, pelanggan didorong dan untuk menggunakan perbankan online. Oleh karena itu. pengembangan kemudahan akses layanan perbankan dan customer satisfaction merupakan pencapaian signifikan dari sistem perbankan baru dunia.

Karena kelanjutan dari siklus ekonomi bank. lembaga kehadiran pelanggan, investasi fokus keuangan dengan dan orang, ada penggunaan yang berkembang pada prinsip customer-centricity dalam Penting sistem perbankan elektronik (Asadi, 2017). untuk juga mempertimbangkan satisfaction strategi pemasaran customer sebagai perasaan bank sentral. Customer Satisfaction adalah dan sikap produk pelanggan terhadap atau layanan. Selain itu, customer adalah satisfaction respon, yang dievaluasi oleh perusahaan dalam perilaku jangka panjang pelanggan dan dianggap sebagai alat penting di kegiatan pemasaran. Namun. kepuasan adalah pendekatan konsumen terhadap penyedia layanan. Juga, customer satisfaction orang-orang relevan dengan yang telah membayar produk telah menggunakan layanan dan produk yang layanan merupakan atau

# IJAB

## **Indonesian Journal of Accounting and Business**

ISSN. 2715-2561 (Print) - ISSN. 2715-257x (Online) http://ijab.ubb.ac.id/index.php/journal Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung

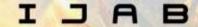
Kampus Terpadu UBB, Gedung Timah II, Desa Balunijuk Kecamatan Merawang, Kabupaten Bangka, Provinsi Kepulauan Bangka Belitung 33172 Telp (0717) 4260030, 4260031 Email: <u>ijab.jurnal@gmail.com</u>

Laman: https://ijab.ubb.ac.id

hasil signifikan dari kegiatan pemasaran. Selain itu. teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dan Internet telah membuat transfer perubahan besar dalam informasi dan komunikasi. Studi yang dilakukan oleh peneliti ekonomi telah menunjukkan bahwa meningkat profitabilitas bank dengan meningkatnya customer satisfaction dan loyalitas.

E-banking mengacu pada penyediaan akses vang seragam kepada pelanggan ke layanan perbankan melalui mediator yang aman kehadiran tanpa fisik. Saat ini, sebagian besar bank dihadapkan pada lingkungan vang sangat dinamis. Juga, semua bank, besar kecil, fokus untuk menverap dan mempertahankan pelanggan komersial karena perubahan cepat dalam posisi kompetitif dan situasi pasar. nasabah Sebagai penentu penting persaingan, membandingkan layanan hal teknologi, kecepatan, keahlian teknis. bank dalam dan Dalam Internet. menginvestasikan infrastruktur bank banyak uang. Kepuasan pemeliharaan nasabah semakin meningkat menjadi dan elemen utama keberhasilan e-banking. Hal ini menyebabkan manajer bank saat ini mengambil lebih banyak tantangan dalam membuat berkelanjutan menangani strategi secara untuk dan mempromosikan untuk bersama banking bertahan mereka. Customer Satisfaction penting merupakan faktor dalam membantu bank untuk mempertahankan kompetitif. lebih keunggulan Pelanggan saat ini menguntungkan bagi bank daripada pelanggan baru: iadi. penting untuk mengenali faktor satisfaction dengan layanan customer Selain banking. komputasi awan adalah metode penyelesaian itu, yang andal untuk memperbarui operasi perusahaan. Itu dapat tetap pada Internet atau konstruksi pelanggan dengan nilai yang sama dengan nol pemanfaatan rendah. Industri perbankan adalah domain di waktu yang mana komputasi awan dapat diterapkan. Juga, melangkah lebih iauh dalam domain ini. masalah seperti kurangnya penggunaan komputasi muncul. Selain pertanyaannya adalah awan itu. jam berapa dan bagaimana harus melangkah lebih jauh dalam domain ini. bank Masalah-masalah ini bergantung pada berbagai parameter dan memerlukan penyelidikan lebih lanjut dalam studi dan kemajuan bertujuan bank. jurnal ini untuk menjelaskan secara total pengaruh kepuasan komputasi awan terhadap pelanggan di industri perbankan elektronik.

Penyelidikan sebelumnya telah memperhitungkan kualitas layanan sebagai faktor efektif dalam kepuasan pelanggan dengan





Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung

Kampus Terpadu UBB, Gedung Timah II, Desa Balunijuk Kecamatan Merawang, Kabupaten Bangka, Provinsi Kepulauan Bangka Belitung 33172 Telp (0717) 4260030, 4260031 Email: <u>ijab.jurnal@gmail.com</u>

Laman: https://ijab.ubb.ac.id

lavanan *E-banking*. Selain kualitas layanan di customer satisfaction, tiga variabel layanan cloud, keamanan, dan e-learning, telah diselidiki Selain dalam penelitian ini. itu. variabel telah diselidiki untuk pertama kalinya yang belum pernah menjadi perhatian dalam penyelidikan negara-negara berkembang sebelumnya. **Target** investigasi yang paling signifikan saat ini adalah untuk memberikan model umum untuk memeriksa pengaruh layanan *e-banking* pada customer Terkait dengan tersebut. sub-tujuannya satisfaction. hal adalah sebagai berikut: (1) Menelaah pengaruh layanan cloud terhadap customer satisfaction dengan layanan e-banking; Menyelidiki pengaruh keamanan perbankan pada satisfaction dengan sistem customer terhadap layanan e-banking; Meneliti e-learning (2) pengaruh Meneliti customer satisfaction dengan layanan e-banking; (3) kualitas terhadap satisfaction dengan pengaruh layanan customer layanan e-banking.

#### II. TINJAUAN PUSTAKA

## **Pengertian Kualitas Layanan**

Kualitas Kualitas Layanan: layanan adalah keragaman antara harapan pelanggan dan pemahaman layanan mereka. Jika kinerja yang melebihi tingkat diantisipasi, kualitas yang dipahami akan berada tingkat kepuasan; jadi, kepuasan di atas pelanggan muncul. Ada banyak bukti, yang menggambarkan bahwa ada hubungan lurus antara kepuasan pelanggan dan kualitas layanan.

Kualitas sistem akan mencapai layanan sangat penting untuk pelanggan implementasi vang sukses dan memuaskan dengan banking. Semakin tinggi kecepatan dan semakin baik kualitas pengiriman, tersebut memiliki kualitas terbaik. server Juga, itu akan Pada memiliki pengaruh afirmatif pada kepuasan pelanggan. variabel adalah layanan, sub indikatornya efektivitas kualitas biaya, keramahan pengguna, dan dukungan teknis.

**Efektivitas** Biaya: Biaya mencakup biaya objek atau layanan yang dibutuhkan untuk memperoleh pendapatan. Uraian hemat biaya yang mengandung nilai yang baik, di mana pro dan adalah sesuatu pemanfaatannya bernilai setidaknya apa yang dibelanjakan untuk itu.





Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung

Kampus Terpadu UBB, Gedung Timah II, Desa Balunijuk Kecamatan Merawang, Kabupaten Bangka, Provinsi Kepulauan Bangka Belitung 33172 Telp (0717) 4260030, 4260031 Email: ijab.jurnal@gmail.com

Laman: https://jiab.ubb.ac.id

- Keramahan Keramahan Pengguna: pengguna sistem elektronik secara langsung mempengaruhi kepuasan pengguna. Interaksi yang mudah dengan orang-orang dan pengguna online melalui Internet sementara fleksibel dalam waktu dan tempat akan menciptakan lingkungan menarik bagi pengguna. Dengan demikian, yang kepuasan mereka akan tertarik.
- Dukungan Teknis: Dukungan teknis adalah dukungan organisasi untuk penggunaan teknologi informasi dan komunikasi. yang mencakup dua dimensi dukungan pengguna dan dukungan manajemen. Secara umum, layanan dukungan teknis mencoba ditentukan memecahkan masalah kepada pengguna terkait yang produk atau layanan.

Dukungan untuk diberikan berupa teknis layanan yang danat frekuensi atau teknis di pengguna dapat berinteraksi dengan mana mudah. memberikan umpan balik. dan menerima umpan balik. Jika ada masalah dengan pelanggan saat menggunakan layanan, mereka dapat didukung melalui email atau telepon; itu pasti bisa dengan teknologi informasi, tiba-tiba peningkatan e-commerce memperluas cakupan dan skalanya dalam sepuluh tahun terakhir.

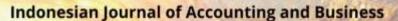
#### Pengetian Mobile Banking

E-banking adalah istilah yang digunakan untuk mencakup di mana nasabah dapat melakukan prosedur interaksi perbankan secara Technology in Society elektronik. E-banking adalah 64 (2021)yang dikenal sebagai layanan perbankan yang tidak membatasi pelanggan kehadiran lokasi tertentu untuk fisik di dan layanan perbankan yang disajikan menggunakan elektronik. E-banking dihadirkan alat dapat dengan pemanfaatan teknologi iaringan canggih, iaringan telekomunikasi. dan telekomunikasi untuk mentransfer sumber dava dalam sistem perbankan. Beberapa perangkat dan (uang) ke elektronik komunikasi vang berisi PC. handphone, ATM, point laptop, dan memiliki dampak vang besar dalam melengkapi perbankan gaya ini, termasuk informasi, komunikasi, dan transaksi data.

#### Pengertian Kepuasan Nasabah

Kepuasan pelanggan adalah abstrak dan kabur. gagasan yang Penampilan nyata kebahagiaan berbeda produk dari ke produk, orang ke orang, dan layanan ke layanan. Faktanya, kepuasan seseorang

# IJAB



ISSN. 2715-2561 (Print) - ISSN. 2715-257x (Online) http://ijab.ubb.ac.id/index.php/journal Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung

Kampus Terpadu UBB, Gedung Timah II, Desa Balunijuk Kecamatan Merawang, Kabupaten Bangka, Provinsi Kepulauan Bangka Belitung 33172 Telp (0717) 4260030, 4260031 Email: <u>ijab.jurnal@gmail.com</u>

Laman: https://ijab.ubb.ac.id

tergantung pada beberapa faktor. seperti faktor psikologis, ekonomi. dan fisik. Namun, kepuasan dianggap sebagai serangkaian reaksi kumpulan elemen negatif dan afirmatif terhadap dan ienis sikap emosional. Kepuasan merupakan iawaban atas terwujudnya dan kesejahteraan konsumen. Ini adalah penilaian apakah karakter layanan atau produk telah memberikan tingkat pemahaman dan kesuksesan yang menyenangkan terkait dengan konsumsi dan termasuk tingkat layanan natural atau sub-realistis. Kepuasan dengan hasil super adalah dari nilai atau kualitas vang dipahami. Pelanggan membuat penilaian mereka berdasarkan keterampilan dan antisipasi layanan mereka. satisfaction merupakan parameter penting bagi bank. customer dan ini semua saluran perbankan harus memiliki strategi saat yang bertujuan untuk mencapai customer satisfaction yang tinggi. Itu karena meningkatkan kualitas dirasakan meningkatkan vang customer telah Para mengenali beberapa satisfaction. ahli faktor yang mempengaruhi seperti kemudahan penggunaan, customer satisfaction, atribut produk, ciri-ciri konsumen, faktor situasional, kegunaan, kenikmatan, kepercayaan, dan pengalaman belanja *online* sebelumnya.

#### III. METODE PENELITIAN

Metode Penelitian digunakan dalam makalah ini adalah yang deskriptif, deskriptif; studi menggambarkan apa yang ada, dan mempertimbangkan kondisi atau hubungan ada, kepercayaan yang ini. efek pengembangan Perhatiannya umum, proses saat yang nyata. masa seringkali terutama pada kini. namun menyelidiki peristiwa efek masa lalu, terkait dengan kondisi yang ada. Tulisan ini membahas tentang deskripsi apa yang ada, oleh karena itu metode penelitian yang tulisan digunakan dalam ini adalah deskriptif. Dalam hal metode survei, jurnal ini menggunakan penelitian survei cross-sectional.

Metode cross-sectional dilakukan untuk mengumpulkan data beberapa dalam bagian waktu tentang satu atau fitur suatu melalui populasi. pengambilan sampel dari Mengingat tujuan utama penelitian, yaitu analisis kualitas layanan Mobile Banking dan pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah, ditinjau dari hubungan variabel, penelitian deskriptif bersifat korelasional, mengingat ini dan bahwa jurnal ini studi kasus adalah e-bank, studi ini diterapkan dalam mengungkapkan tujuan. Untuk menguji hipotesis model dan hubungan variabel model.



## Indonesian Journal of Accounting and Business

ISSN. 2715-2561 (Print) - ISSN. 2715-257x (Online) http://ijab.ubb.ac.id/index.php/journal Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung

Kampus Terpadu UBB, Gedung Timah II, Desa Balunijuk Kecamatan Merawang, Kabupaten Bangka, Provinsi Kepulauan Bangka Belitung 33172 Telp (0717) 4260030, 4260031 Email: <u>ijab.jurnal@gmail.com</u>

Laman: https://ijab.ubb.ac.id

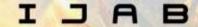
Tabel. 1 Statistik Deskriptif Peserta Studi

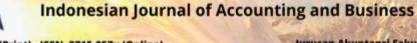
Mengukur	Item	Frekuensi	Persentase
Jenis Kelamin	Perempuan	144	40.33%
	Laki-Laki	213	59.66%
Umur	Di Bawah 20	35	99%
	21-30	85	23.80%
	31-40	115	32.21%
	41-50	57	15.96%
	Lebih dari 50	65	18.20%
Gelar	Associate Pendidikan	59	16.52%
	Sarjana	172	48.17%
	M.A	100	28.01%
	P.H.D	26	7.28%

# IV. PEMBAHASAN DAN DISKUSI

## **Model Konseptual**

Tujuan utama dari jurnal ini adalah untuk menguji Layanan kualitas mobile banking dan pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah. Dengan meninjau literatur tentang *m*-banking, model dan yang diberikan oleh Vivek et al. (2012),Bowden (2009), dan Matila (2006), Dalam model komprehensif. model ini. variabel vang efektif pada interaksi kepuasan pelanggan terdaftar secara terpisah. Variabel dan mempengaruhi interaksi pelanggan dipertimbangkan dalam yang yang afektif. kepercayaan, model meliputi komitmen loyalitas, kesediaan untuk mengunjungi kembali. iumlah kunjungan, profitabilitas, kepuasan dan partisipasi. Dalam disajikan oleh Vivek et model yang (2012)interaksi pada interaksi pelanggan, dampak positif dari pelanggan pada variabel seperti kepercayaan, komitmen afektif. loyalitas dan profitabilitas diungkapkan. Dengan meniniau karya terbaru pelanggan serta variabel yang diusulkan tentang interaksi oleh Gallup kuesioner dirancang variabel (2009),di mana setiap dianggap sebagai bagian terpisah, dan tingkat efektivitas masing-masing yang variabel bank staf dari pelanggan dan sektor hubungan dengan nasabah bank dikumpulkan dalam bentuk beberapa pertanyaan, dan menganalisis.





Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung

ISSN. 2715-2561 (Print) - ISSN. 2715-257x (Online) http://ijab.ubb.ac.id/index.php/journal

Kampus Terpadu UBB, Gedung Timah II, Desa Balunijuk Kecamatan Merawang, Kabupaten Bangka, Provinsi Kepulauan Bangka Belitung 33172 Telp (0717) 4260030, 4260031 Email: <u>ijab.jurnal@gmail.com</u>

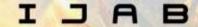
Laman: https://ijab.ubb.ac.id

Saat ini. industri jasa sedang diubah di seluruh alam semesta. Teknologi baru telah mengubah cara layanan disampaikan ke banyak Layanan perbankan juga telah major orang organisasi iasa. mengalami perubahan di bawah pengaruh teknologi informasi dan komunikasi. peningkatan Dengan pesat dari Internet, e-commerce, dan sektor keuangan dan perbankan, pelanggan didorong untuk menggunakan memfasilitasi perbankan online. Memperluas dan akses ke moneter melalui dan perbankan penggunaan, manfaat individu iasa dan masyarakat adalah satu pencapaian utama sistem perbankan modern dunia. Menghapus kehadiran fisik di cabang bank, meningkatkan pembayaran penerimaan. mempercepat ekonomi ketepatan dan arus transaksi, peningkatan banyak faktor keamanan, dan keuntungan besar dibawa e-banking. lainnya adalah poin yang oleh Investigasi ini bertujuan untuk menyelidiki faktor-faktor mempengaruhi yang dengan layanan Hasil penelitian menunjukkan customer sat e-banking. bahwa cloud digunakan memainkan penting layanan yang peran dalam customer satisfaction. Indikator yang diidentifikasi untuk cloud Dimensi lavanan meliputi virtualisasi sumber dava. kemudahan biaya fleksibilitas. menjadikan penggunaan, dan Perbankan dapat pemanfaatan cloud computing sebagai yayasan untuk mengembangkan layanan milik mereka. Bagian perbankan internet penilaian iumlah investasi berisi keamanan rendah dan internet perbankan banking cloud publik IaaS. Sektor internet lainnya dengan persyaratan tahap keamanan hebat dan kekuatan yang investasi yang signifikan dapat memilih internet banking private di cloud IaaS. Orang lain dapat memilih di antara jenis eksekusi ini.

#### V. KESIMPULAN

menunjukkan Temuan juga bahwa keamanan sistem perbankan adalah penting lain dalam CS. Keamanan sistem perbankan faktor mencakup indikator privasi, integritas, dan tanda tangan digital. mengharuskan yang juga untuk mendeteksi orang-orang menggunakan internet banking saat ini. Mungkin dipimpin untuk hasil bank yang signifikan: hal-hal pada mereka harus bekeria lebih banyak apa mengubah keamanan yang dipahami di antara internet banking.

Hasil penting lainnya adalah bahwa e-learning pengguna signifikan ke CSnya. Sub-indikatornya meliputi ketersediaan sistem, temporal fleksibilitas spasial, dan keterampilan penggunaan. Oleh dan





urusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung

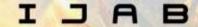
Kampus Terpadu UBB, Gedung Timah II, Desa Balunijuk Kecamatan Merawang, Kabupaten Bangka, Provinsi Kepulauan Bangka Belitung 33172 Telp (0717) 4260030, 4260031 Email: ijab.jurnal@gmail.com

Laman: https://ijab.ubb.ac.id

karena itu. menghasilkan aplikasi sesuai dengan fasilitas yang yang kolaboratif dibutuhkan untuk pembelajaran (seperti forum dan chat) kelavakan Peluang dan penvediaan sertifikasi pelanggan disajikan. komunikasi simultan aktif dengan pelanggan lain iuga disarankan. **Analisis** data juga menunjukkan bahwa kualitas layanan sangat kualitas efektivitas memengaruhi CS, dan layanan mencakup biaya, keramahan pengguna, dan dukungan teknis. Ketika pelanggan mencapai baik. mereka memahaminya sebagai kualitas layanan yang nilai yang baik dan senang membayar harga tinggi karena kualitas tinggi mengarah ke persepsi vang lebih baik nilai. Selain itu, strategis menvediakan kualitas lavanan yang lebih baik adalah alat untuk CS.

#### REFERENSI

- S. Kamel, A. Hassan, Assessing the introduction of electronic banking in Egypt using the technology acceptance model, in: Cases on Electronic Commerce Technologies and Applications, IGI Global, 2006, pp. 296–320.
- Y. Blount, T. Castleman, P. Swatman, Employee development strategies in the B2C banking environment: two Australian case studies, in: ECIS 2004 Proceedings, 2004, p. 3.
- G. Schneider, "Business Strategies," Andy Pickering, Thomson Course Technology, Boston, 2006.
- Y.-S. Wang, Y.-M. Wang, H.-H. Lin, T.-I. Tang, Determinants of user acceptance of Internet banking: an empirical study, Int. J. Serv. Ind. Manag. 14 (5) (2003) 501–519.
- FD Davis, RP Bagozzi, PR Warshaw, User acceptance of computer technology: a comparison of two theoretical models, Manag. Sci. 35 (8) (1989) 982–1003. [6] J.
- Kurila, L. Lazuras, PH Ketikidis, Message framing and acceptance of branchless banking technology, Electron. Commer. Res. aplikasi 17 (2016) 12–18. [7] U. Lenka, D. Suar, PK Mohapatra, Customer satisfaction in Indian commercial banks through total quality management approach, Total Qual. Kelola. 21 (12) (2010) 1315–1341.
  - S. Asadi, M. Nilashi, ARC Husin, E. Yadegaridehkordi, Customers perspectives on adoption of cloud computing in banking sector, Inf. teknologi. Kelola. 18 (4) (2017) 305–330.





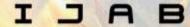
## **Indonesian Journal of Accounting and Business**

ISSN. 2715-2561 (Print) - ISSN. 2715-257x (Online) http://ijab.ubb.ac.id/index.php/journal Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung

Kampus Terpadu UBB, Gedung Timah II, Desa Balunijuk Kecamatan Merawang, Kabupaten Bangka, Provinsi Kepulauan Bangka Belitung 33172 Telp (0717) 4260030, 4260031 Email: <u>ijab.jurnal@gmail.com</u>

Laman: https://ijab.ubb.ac.id

- F. Cui, D. Lin, H. Qu, The impact of perceived security and consumer innovativeness on e-loyalty in online travel shopping, J. Trav. Tourism Market. 35 (6) (2018) 819–834.
  - AH Gorondutse, H. Hilman, Mediation effect of customer satisfaction on the relationships between service quality and customer loyalty in the Nigerian foods and beverages industry: sobel test approach, Int. J.Manajer. Sci. Ind. Kelola. 9 (1) (2014) 1–8.
- CK Naik, SB Gantasala, GV Prabhakar, Service quality (SERVQUAL) and its effect on customer satisfaction in retailing, Eur. J. Soc. Sci. 16 (2) (2010) 231–243. [12] ME Hoque, NMH Nik Hashim, MA Razzaque, Effects of communication and financial concerns on banking attitude-behaviour relations, Serv. Ind. J. 38 (13–14) (2018) 1017–1042.
- M. Nair, RP Pradhan, MB Arvin, Endogenous dynamics between R&D, ICT and economic growth: empirical evidence from the OECD countries, Technol. Perkumpulan 62 (2020) 101315.
- N. Sathiyavany, S. Shivany, E-Banking service qualities, E-customer satisfaction, and e-loyalty: a conceptual model, The International Journal of Social Sciences and Humanities Invention 5 (6) (2018) 4808–4819.
- F. Ghane, S. Gilaninia, M. Homayounfar, The effect of cloud computing on effectiveness of customer relation management in electronic banking industry: a case study of eghtesad novin bank, Kuwait Chapter of Arabian Journal of Business and Management Review 33 (2649) (2016) 1–12.
- M. Darbandi, Proposing new intelligent system for suggesting better service providers in cloud computing based on kalman filtering, HCTL International Journal of Technology Innovations and Research 24 (1) (2017) 1–9.
- M. Darbandi, Proposing new intelligence algorithm for suggesting better services to cloud users based on kalman filtering", J. Comput. Sci. aplikasi 5 (1) (2017) 11–16. [18] M. Jun, S. Cai, The key determinants of internet banking service quality: a content analysis, Int. J. Bank Market. 19 (7) (2001) 276–291.
- Y.-M. Huang, Y.-M. Huang, S.-H. Huang, Y.-T. Lin, A ubiquitous English vocabulary learning system: evidence of active/passive attitudes vs. usefulness/ease-of-use, Comput. pendidikan 58 (1) (2012) 273–282.
- R. Hussain, A. Al Nasser, YK Hussain, Service quality and customer satisfaction of a UAE-based airline: an empirical investigation, J. Air Transport. Kelola. 42 (2015) 167–175.
- A. Parasuraman, D. Grewal, The impact of technology on the quality-value-loyalty chain: a research agenda, J. Acad. Pasar. Sci. 28 (1) (2000) 168–174. [59] MW Malik, G. Mubeen, Student satisfaction towards e-learning: influential role of key





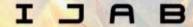
**Universitas Bangka Belitung** 

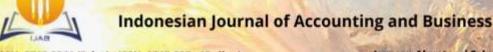
Kampus Terpadu UBB, Gedung Timah II, Desa Balunijuk Kecamatan Merawang, Kabupaten Bangka, Provinsi Kepulauan Bangka Belitung 33172 Telp (0717) 4260030, 4260031 Email: ijab.jurnal@gmail.com

Laman: https://jiab.ubb.ac.id

factors, in: Comsats International Business Research Conference (CBRC), 2nd, 2009.

- S. Lee, BG Kim, Factors affecting the usage of intranet: a confirmatory study, Comput. Bersenandung. Behav. 25 (1) (2009) 191–201.
- B. Rubin, R. Fernandes, MD Avgerinou, The effects of technology on the Community of Inquiry and satisfaction with online courses, Internet High Educ. 17 (2013) 48–
- G. Yan, W. He, H. Shi, DB Rawat, Applying a bilingual model to mine e-commerce satisfaction sentiment, Journal of Management Analytics 1 (4) (2014) 285–300. [63] AN Islam, Sources of satisfaction and dissatisfaction with a learning management system in post-adoption stage: a critical incident technique approach, Comput. Bersenandung. Behav. 30 (2014) 249–261.
- S. Rahi, MA Ghani, AH Ngah, Integration of unified theory of acceptance and use of technology in internet banking adoption setting: evidence from Pakistan, Technol. Perkumpulan 58 (2019) 101120.
- B. Candelore, FJ Zustak, SM Richman, Messaging Customer Mobile Device when Electronic Bank Card Used, Google Patents, 2016.
- C. Tabernero, E. Cuadrado, B. Luque, E. Signoria, R. Prota, The importance of achieving a high customer satisfaction with recycling services in communities, Environ. Dev. Sustain. 18 (3) (2016) 763–776.
- F. Ali, WG Kim, J. Li, H.-M. Jeon, Make it delightful: customers' experience, satisfaction and loyalty in Malaysian theme parks, Journal of Destination Marketing & Management 7 (2018) 1–11.
- D. Mark'eta, K. Kate rina, Complex model of e-learning evaluation focusing on adaptive instruction, Procedia-Social and Behavioral Sciences 47 (2012) 1068-1076.
- A. Meesala, J. Paul, Service quality, consumer satisfaction and loyalty in hospitals: thinking for the future, J. Retailing Consum. melayani 40 (2018) 261–269. [68] RL Oliver, Whence consumer loyalty? J. Market. 63 (1999) 33–44, 4\_suppl1. [69] P. Wang, et al., Customized Logistics Service and Online Shoppers' Satisfaction: an Empirical Study, Internet Research, 2016.
- RR Burke, Technology and the customer interface: what consumers want in the physical and virtual store, J. Acad. Pasar. Sci. 30 (4) (2002) 411-432. Technology in Society 64 (2021) 101487
- PA Dabholkar, RP Bagozzi, An attitudinal model of technology-based self service: moderating effects of consumer traits and situational factors, J. Acad. Pasar. Sci. 30 (3) (2002) 184–201.





ISSN. 2715-2561 (Print) - ISSN. 2715-257x (Online) http://ijab.ubb.ac.id/index.php/journal Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung

Kampus Terpadu UBB, Gedung Timah II, Desa Balunijuk Kecamatan Merawang, Kabupaten Bangka, Provinsi Kepulauan Bangka Belitung 33172 Telp (0717) 4260030, 4260031 Email: <u>ijab.jurnal@gmail.com</u> Laman: https://ijab.ubb.ac.id

- Y. Lin, et al., The impacts of service quality and customer satisfaction in the e commerce context, in: 2014 11th International Conference on Service Systems and Service Management (ICSSSM), IEEE, 2014, pp. 1–6.
- R. Hussain, A. Al Nasser, Y.K. Hussain, Service quality and customer satisfaction of a UAE-based airline: an empirical investigation, J. Air Transport. Manag. 42 (2015) 167–175.
- A. Parasuraman, D. Grewal, The impact of technology on the quality-value-loyalty chain: a research agenda, J. Acad. Market. Sci. 28 (1) (2000) 168–174. [59] M.W. Malik, G. Mubeen, Student satisfaction towards e-learning: influential role of key factors, in: Comsats International Business Research Conference (CBRC), 2nd, 2009.
- S. Lee, B.G. Kim, Factors affecting the usage of intranet: a confirmatory study, Comput. Hum. Behav. 25 (1) (2009) 191–201.
- L. Lee, S. Petter, D. Fayard, S. Robinson, On the use of partial least squares path modeling in accounting research, Int. J. Account. Inf. Syst. 12 (4) (2011) 305–328. [77] M. Sarstedt, J.-M. Becker, C.M. Ringle, M. Schwaiger, Uncovering and treating unobserved heterogeneity with FIMIX-PLS: which model selection criterion provides an appropriate number of segments? Schmalenbach Business Review 63 (1) (2011) 34–62.
- S. Gregor, The nature of theory in information systems, MIS Q. (2006) 611–642.