

BAB II

TINJAUAN/KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai pengaruh transparansi informasi keuangan, kualitas pelayanan, dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah kredit telah banyak dilakukan, baik dalam konteks perbankan maupun sektor jasa lainnya. Berbagai penelitian terdahulu menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut memiliki peran penting dalam membangun kepuasan dan loyalitas nasabah terhadap lembaga keuangan. Namun, sebagian besar penelitian ini masih terbatas pada bank-bank besar atau lembaga keuangan nasional dan belum banyak yang membahas konteks bank daerah seperti Bank BJB KCP Sidoarjo. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan fokus pada pengaruh transparansi informasi keuangan, kualitas pelayanan, dan kepercayaan dalam konteks lembaga keuangan daerah.

Salah satu penelitian yang relevan dilakukan oleh (Alam, Naningsih and Indriasari 2022) di *PT Bank Mandiri KC Kartini Makassar*. Penelitian ini menemukan bahwa seluruh dimensi kualitas pelayanan yang meliputi *tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan serta loyalitas nasabah. Temuan ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor utama dalam menciptakan pengalaman positif yang berujung pada kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik dapat membangun hubungan yang lebih kuat antara bank dan nasabah, yang tentunya berujung pada tingkat kepuasan yang lebih tinggi.

Selain kualitas pelayanan, kepercayaan juga memiliki peran penting dalam meningkatkan kepuasan nasabah. Penelitian yang dilakukan oleh (Setiawan, Sadiartha and Purwaningrat 2025) menyatakan bahwa kepercayaan merupakan aspek yang sangat penting dalam hubungan antara nasabah dan lembaga keuangan. Kepercayaan terhadap bank tidak hanya berkaitan dengan integritas dan kejujuran dalam pengelolaan dana, tetapi juga pengelolaan informasi nasabah yang

transparan. Kepercayaan ini mempengaruhi loyalitas nasabah dan meningkatkan kemungkinan mereka untuk terus menggunakan layanan kredit yang ditawarkan oleh bank. Oleh karena itu, tingkat kepercayaan yang tinggi akan memperkuat hubungan jangka panjang antara bank dan nasabah.

Dalam konteks transparansi, (Kristanto and Istiningrum 2025) meneliti pengaruh transparansi informasi keuangan terhadap kepercayaan dan kepuasan nasabah bank. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keterbukaan dan kejujuran dalam penyajian informasi keuangan mampu meningkatkan kepercayaan publik serta meminimalkan risiko asimetri informasi antara pihak bank dan nasabah. Transparansi informasi yang baik, yang mencakup biaya, prosedur, dan risiko, memberikan rasa aman bagi nasabah dan mengurangi ketidakpastian dalam pengambilan keputusan finansial. Hal ini sangat relevan dengan konteks penelitian ini, yang menyoroti pentingnya transparansi informasi keuangan dalam membangun kepercayaan nasabah di Bank BJB KCP Sidoarjo.

Penelitian oleh (Amarna, Hani et al. 2025) juga mengkonfirmasi pentingnya transparansi dalam sektor perbankan. Mereka menyatakan bahwa transparansi keuangan merupakan salah satu bentuk akuntabilitas yang berdampak langsung terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Dalam konteks perbankan, transparansi tidak hanya mencakup laporan keuangan, tetapi juga kejelasan prosedur layanan, biaya administrasi, dan kebijakan suku bunga yang disampaikan secara terbuka kepada nasabah. Hal ini akan mendorong nasabah merasa dihargai dan membuat keputusan yang lebih baik mengenai layanan yang mereka pilih.

Dari sisi metodologis, penelitian yang dilakukan oleh (Syahroni 2022) menekankan pentingnya pendekatan kuantitatif yang bersifat empiris dan sistematis sangat untuk menguji hubungan sebab-akibat antar variabel. Dalam penelitian ini, pendekatan kuantitatif digunakan untuk menguji pengaruh antara variabel independen (transparansi informasi keuangan, kualitas pelayanan, dan kepercayaan) terhadap variabel dependen (kepuasan nasabah kredit). Pendekatan ini sangat berguna untuk mengukur secara objektif pengaruh antar variabel dan dapat digeneralisasikan untuk konteks lembaga keuangan lainnya.

Penelitian terdahulu juga menegaskan bahwa kualitas pelayanan merupakan variabel yang paling konsisten memengaruhi kepuasan pelanggan di sektor perbankan. Studi yang dilakukan oleh (Saroso and Santosa 2024) dan (Setiawan, Sadiartha and Purwaningrat 2025) menemukan bahwa dimensi *reliability* dan *responsiveness* memiliki pengaruh dominan dalam menciptakan kepuasan pelanggan, terutama pada pelayanan kredit. Hal ini selaras dengan teori kualitas jasa (*SERVQUAL*) yang dikemukakan oleh (Ramadhan, Muhafidin and Miradhia 2021) yang menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kesesuaian antara layanan yang diterima dengan harapan pelanggan.

Secara keseluruhan, hasil penelitian-penelitian terdahulu menunjukkan bahwa transparansi informasi keuangan, kualitas pelayanan, dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Namun demikian, sebagian besar penelitian masih mengkaji variabel-variabel tersebut secara parsial dan belum banyak yang membahas keterkaitan ketiganya secara bersamaan. Selain itu, penelitian yang secara khusus mengangkat konteks bank daerah, seperti Bank BJB KCP Sidoarjo, masih relatif terbatas. Oleh karena itu, diperlukan kajian lebih lanjut untuk memahami peran transparansi informasi keuangan, kualitas pelayanan, dan kepercayaan nasabah secara terpadu dalam memengaruhi kepuasan nasabah, khususnya pada layanan kredit di bank daerah.

2.2 Tinjauan Pustaka

1. Bank

Bank merupakan lembaga keuangan yang berperan penting dalam menghimpun dan menyalurkan dana dari masyarakat, baik dari individu maupun kelompok. Selain itu, bank juga berfungsi sebagai penyedia layanan meminjam kredit bagi masyarakat yang membutuhkan pembiayaan. Secara umum, tugas utama bank adalah mengumpulkan dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan, kemudian menyalurkannya kembali kepada masyarakat dalam bentuk pinjaman atau pembiayaan.

Berdasarkan Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 tentang Perbankan, bank didefinisikan sebagai badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kembali dalam bentuk kredit atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Definisi ini menegaskan peran bank sebagai lembaga intermediasi yang berfungsi menjaga stabilitas ekonomi dan mendukung kegiatan ekonomi masyarakat.

2. Transparansi Informasi Keuangan

Transparansi informasi keuangan dapat diartikan sebagai keterbukaan lembaga keuangan dalam menyampaikan data dan informasi yang relevan kepada nasabah, meliputi biaya, risiko, serta mekanisme layanan secara akurat, tepat waktu, dan mudah dipahami. Keterbukaan informasi ini memungkinkan nasabah untuk mengambil keputusan keuangan secara lebih tepat serta meningkatkan persepsi terhadap keadilan dan akuntabilitas lembaga keuangan.

Penelitian yang dilakukan oleh (Kristanto and Istiningrum 2025) di sektor perbankan di Banyumas menunjukkan bahwa transparansi biaya perbankan memiliki pengaruh positif terhadap kepercayaan dan kepuasan nasabah. Hasil serupa juga ditemukan oleh (Amarna, Hani et al. 2025) yang menyimpulkan bahwa peningkatan pengungkapan informasi secara sistematis di sektor perbankan dapat meningkatkan kualitas layanan keuangan secara keseluruhan.

Berdasarkan temuan tersebut, transparansi informasi keuangan dapat dipandang sebagai faktor penting yang memengaruhi persepsi nasabah terhadap kredibilitas dan keandalan bank, yang pada akhirnya berdampak pada tingkat kepuasan nasabah kredit, khususnya nasabah kredit.

3. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor utama yang menentukan tingkat kepuasan nasabah. Dalam konteks perbankan, kualitas pelayanan biasanya mencakup lima dimensi utama, yaitu keandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), empati (empathy), dan bukti fisik (tangible).

Kelima dimensi tersebut secara konsisten diakui dalam berbagai literatur sebagai aspek penting yang memengaruhi persepsi nasabah terhadap kualitas layanan bank.

Penelitian oleh (Alam, Naningsih and Indriasari 2022) terhadap nasabah Bank Mandiri di Makassar menemukan bahwa seluruh dimensi kualitas pelayanan tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Studi lain oleh (Alam, Naningsih and Indriasari 2022) pada sektor jasa keuangan digital menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kepercayaan memiliki kontribusi signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hasil-hasil ini menegaskan pentingnya kualitas pelayanan dalam membangun hubungan jangka panjang antara bank dan nasabahnya.

4. Kepercayaan (Trust)

Kepercayaan merupakan aspek fundamental dalam hubungan antara bank dan nasabah. Hal ini karena bank mengelola aset dan dana nasabah yang memiliki risiko tinggi apabila tidak disertai dengan rasa percaya. Kepercayaan mencakup keyakinan bahwa bank akan memenuhi janjinya, menjaga kerahasiaan informasi, serta bertindak dengan kejujuran dan kompetensi profesional.

Penelitian oleh (Setiawan, Sadiartha and Purwaningrat 2025) menemukan bahwa kualitas pelayanan dan kepercayaan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada bank terkait dengan integritas layanan dan keterbukaan informasi yang disediakan oleh bank. Penelitian ini menunjukkan bahwa transparansi dalam proses kredit serta responsifitas bank terhadap kebutuhan nasabah merupakan faktor utama yang membentuk kepuasan nasabah.

5. Kepuasan Nasabah Kredit

Kepuasan nasabah dapat diartikan sebagai kondisi emosional atau evaluatif yang muncul ketika pengalaman nasabah terhadap layanan bank sesuai atau melebihi harapan mereka. Dalam berbagai literatur, kepuasan nasabah sering dipandang sebagai hasil akhir dari berbagai faktor seperti kualitas pelayanan, kepercayaan, dan transparansi informasi.

Penelitian oleh (Tedjokusumo and Murhadi 2023) terhadap nasabah Bank Central Asia (BCA) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah mobile banking. Temuan ini memperkuat pandangan bahwa kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor utama untuk membentuk kepuasan nasabah di sektor perbankan.

2.3 Pengembangan Hipotesis

Berdasarkan tinjauan pustaka dan hasil penelitian terdahulu, dapat disimpulkan bahwa transparansi informasi keuangan, kualitas pelayanan, dan kepercayaan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan nasabah. Ketiga variabel tersebut berperan penting dalam membentuk persepsi positif nasabah terhadap lembaga perbankan. Oleh karena itu, penelitian ini mengembangkan beberapa hipotesis sebagai berikut:

1. Pengaruh Transparansi Informasi Keuangan terhadap Kepuasan Nasabah Kredit

Transparansi informasi keuangan merupakan bentuk keterbukaan bank dalam menyampaikan data dan kebijakan yang relevan kepada nasabah, termasuk biaya, risiko, serta prosedur layanan. Keterbukaan informasi ini menumbuhkan rasa aman dan kepercayaan, karena nasabah merasa dilibatkan dan tidak dirugikan dalam proses transaksi.

Penelitian yang dilakukan oleh (Kristanto and Istiningrum 2025) membuktikan bahwa transparansi biaya perbankan berpengaruh positif terhadap kepercayaan dan kepuasan nasabah. Hasil ini diperkuat oleh (Amarna, Hani et al. 2025) yang menyatakan bahwa pengungkapan informasi keuangan secara terbuka meningkatkan kualitas layanan dan memperkuat hubungan antara bank dan nasabah.

Dengan demikian, dapat diasumsikan bahwa semakin tinggi tingkat transparansi informasi keuangan yang diberikan oleh bank, semakin besar pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh nasabah.

H₁: Transparansi informasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah kredit di Bank BJB KCP Sidoarjo.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Kredit

Kualitas pelayanan menggambarkan sejauh mana suatu layanan memenuhi atau melampaui harapan nasabah. Menurut teori Service Quality (Pahutar, Pristiyono and Simanjuntak 2023) kualitas pelayanan dapat diukur melalui lima dimensi utama, yaitu *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles*.

Penelitian oleh (Alam, Naningsih and Indriasari 2022) menemukan bahwa seluruh dimensi kualitas pelayanan tersebut berpengaruh signifikan terhadap kepuasan serta loyalitas nasabah. Sementara itu, penelitian (Saroso and Santosa 2024) menegaskan bahwa dimensi *reliability* dan *responsiveness* memiliki pengaruh paling dominan terhadap kepuasan nasabah kredit.

Berdasarkan temuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa pelayanan yang cepat, tepat, dan penuh empati akan meningkatkan persepsi positif nasabah terhadap bank.

H₂: Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah kredit di Bank BJB KCP Sidoarjo.

3. Pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah Kredit

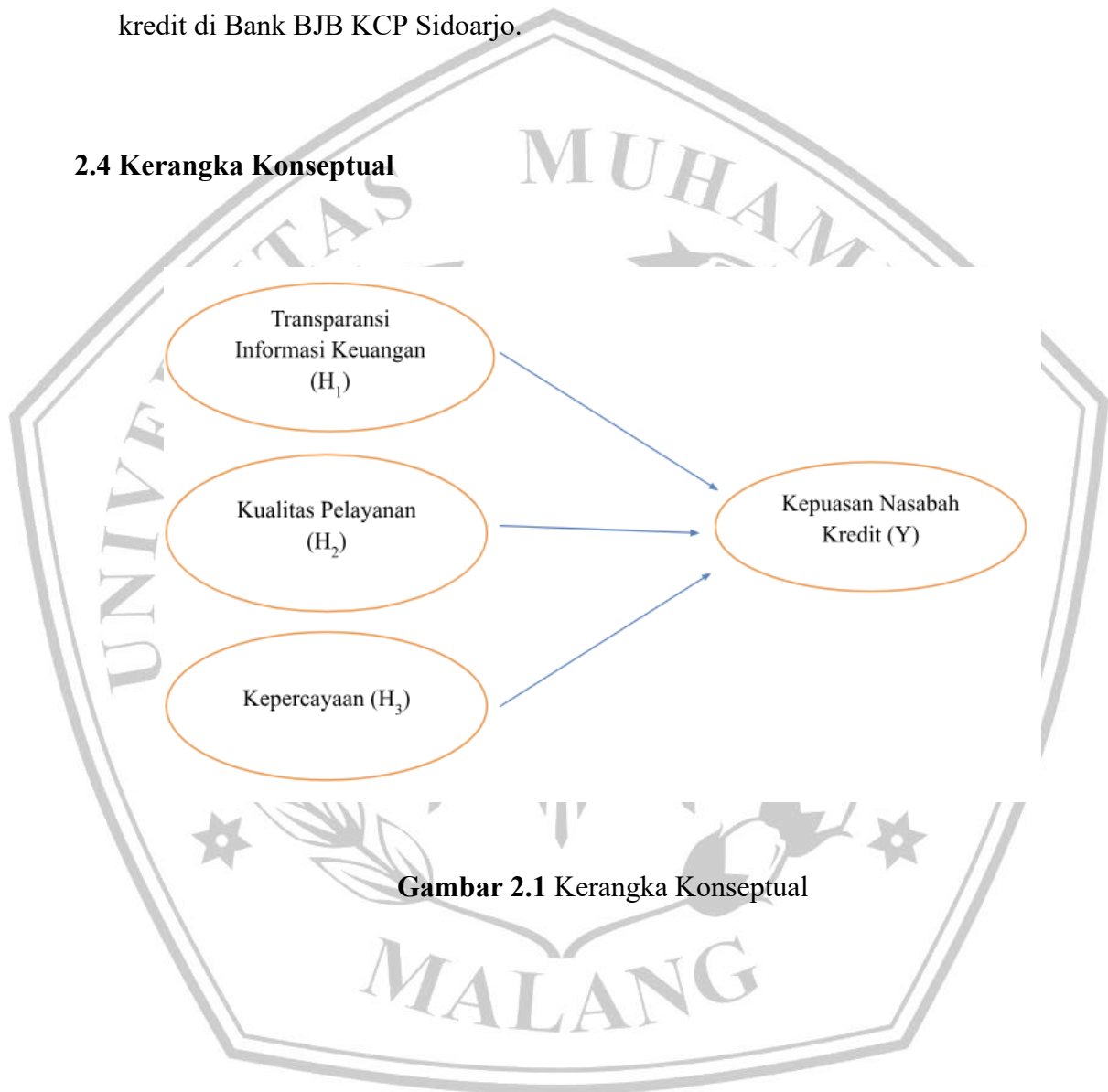
Kepercayaan merupakan faktor psikologis yang menggambarkan keyakinan nasabah bahwa bank akan bertindak jujur, profesional, dan dapat diandalkan dalam mengelola dana maupun informasi pribadi mereka. Kepercayaan ini terbentuk melalui pengalaman positif, reputasi baik, serta transparansi dalam interaksi antara bank dan nasabah. Penelitian (Setiawan, Sadiartha and Purwaningrat 2025) juga menemukan bahwa kepercayaan dan kualitas pelayanan bersama-sama berkontribusi terhadap peningkatan kepuasan dan loyalitas nasabah.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan nasabah terhadap bank, semakin besar pula kemungkinan mereka merasa puas terhadap layanan yang diberikan.

H₃: Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah

kredit di Bank BJB KCP Sidoarjo.

2.4 Kerangka Konseptual



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual