



## Pengaruh Kualitas Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia (BSI)

Fina Afriliyana <sup>1</sup>, Intan Sri Wahyuni <sup>2</sup>, Abdullah FaurSam <sup>3</sup>, Henny Saraswati <sup>4</sup>,  
Wahyu Hidayat <sup>5</sup>

Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten  
Email : [finaafriyana0909@gmail.com](mailto:finaafriyana0909@gmail.com) <sup>1</sup>, [intansriwahyuni570@gmail.com](mailto:intansriwahyuni570@gmail.com) <sup>2</sup>,  
[abdullahfaur02@gmail.com](mailto:abdullahfaur02@gmail.com) <sup>3</sup>

### Abstract

*This study aims to find out whether mobile banking service quality has a significant effect on customer satisfaction and whether security using mobile banking has a significant effect on customer satisfaction. Furthermore, this study also aims to determine whether accuracy and trust have a significant effect on customer satisfaction. This type of research is quantitative research using research surveys. The sample of this research is 30 respondents taken by survey method. Data collection techniques using questionnaires and surveys. Methods of data analysis using linear regression test, normality test, hypothesis testing, correlation test (T test, F test), then the data is processed using the SPSS application from windows.*

**Keywords:** service quality, customer satisfaction.

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menemukan apakah kualitas pelayanan mobile banking berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dan apakah keamanan menggunakan mobile banking berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Selanjutnya penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui apakah akurasi dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan survey penelitian. Sampel penelitian ini sebanyak 30 responden yang diambil dengan metode survey. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan survei. Metode analisis data menggunakan uji regresi linear, uji normalitas, uji hipotesis, uji korelasi (uji T, uji F), kemudian data diolah menggunakan aplikasi SPSS dari windows.

**Kata kunci:** kualitas pelayanan, kepuasan nasabah.

## **PENDAHULUAN**

Dalam dunia perbankan saat ini telah diramaikan dengan adanya fasilitas kemudahan bertransaksi secara mobile, hal ini terjadi seiring dengan tuntutan terhadap tersedianya kemudahan dan kesederhanaan prosedur yang semakin lama semakin meningkat. Masyarakat semakin menuntut kepraktisan dan mulai enggan menjalankan prosedur yang tidak hanya menghabiskan banyak waktu namun tanpa terasa telah mengikis sumber penapatan seseorang. Hal ini menjadi dasar pemikiran para nasabah untuk mulai beralih dari kebiasaannya selama ini.<sup>1</sup> Saat ini penggunaan teknologi telah berkembang dengan cepat tidak hanya dinegara-negara maju saja tetapi negara berkembang seperti Indonesia. Perkembangan teknologi yang kemudian memunculkan mobile banking merupakan salah satu jalan alternative bisnis yang cukup menjanjikan, karena mobile banking dipandang memiliki banyak kemudahan bagi kedua belah pihak. Dengan adanya mobile banking jasa pelayanan bank kepada nasabah dapat lebih mudah dan bias ditingkatkan efisiensinya.<sup>2</sup>

Inovasi digital terbaru yang mengedepankan kenyamanan, kecepatan dan fleksibilitas adalah salah satu cara terbaik bagi bank untuk tumbuh kepuasan pelanggan. Menurut Kotler (2004), kepuasan konsumen adalah suatu tingkatan Perasaan konsumen setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan ekspektasi saat Anda menggunakan produk atau layanan tersebut. Pelayanan dapat dikatakan berhasil jika pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diterima diusulkan. Semakin baik layanan yang ditawarkan bank kepada pelanggan, itu kepuasan pelanggan yang dicapai lebih tinggi. Jika persepsi kinerja yang jauh dari harapan menyebabkan ketidakpuasan. di sisi lain, ketika kinerja yang dirasakan melebihi harapan pelanggan akan merasakan kepuasan. Banyak cara yang dapat dilakukan sebuah bank dalam memnuhi keinginan dan kepuasan nasabah, salah satunya yaitu memberikan kesan, perilaku, dan citra yang baik dalam hal produk maupun pelayanan kepada nasabah. Dengan pelayanan yang baik, diharapkan nasabah akan merasa dihargai dan tidak merasa

---

<sup>1</sup> Nurdin Nurdin et al., "Pengaruh Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palu)," *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah* 2, no. 1 (2020): 87–104.

<sup>2</sup> Nurdin et al., "Pengaruh Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palu)."

diabaikan haknya sehingga pelanggan atau nasabah yang ditawarkan oleh jasa bank akan merasa puas.

Mobile banking merupakan salah satu produk setiap bank yang mengandalkan kecanggihan teknologi GPRS (General Package Radio Service) untuk memudahkan nasabahnya dalam melakukan transaksi perbankan. Industri perbankan syariah yang merupakan industry jasa yang dari waktu sewaktu memperbaiki kualitas layanan. Karena karakteristik jasa terletak pada kecepatan, kemudahan pelayanan dan keamanan. Maka layanan kemudahan dan kecepatan pelayanan harus terus dikembangkan menggunakan bantuan teknologi. Sistem perbankan dalam ekonomi islam (perbankan syariah) didasarkan pada konsep pembagian baik keuntungan maupun kerugian karena semua operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan pada Al-Quran dan Hadist Nabi Muhammad SAW.<sup>3</sup> Bagi bank sangat penting sekali untuk mengetahui sejauh mana persepsi nasabah terhadap layanan mobile banking dan apakah dengan adanya layanan ini akan mendatangkan keuntungan bagi nasabah. Karena hal terpenting bagi nasabah adalah kemudahan dan kecepatan memperoleh informasi keuangan serta bertransaksi secara online tanpa harus mengunjungi bank tempat mereka menjadi nasabah.<sup>4</sup>

## KAJIAN TEORI

### 1. Kualitas Pelayanan

Kualitas (quality) adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.<sup>5</sup> Ini jelas merupakan definisi yang berpusat pada nasabah. Perusahaan yang memuaskan sebagian besar kebutuhan nasabahnya sepanjang waktu disebut perusahaan berkualitas, tapi harus dibedakan antara kesesuaian kualitas dan kinerja (atau tingkat) kualitas layanan sebagai tindakan atau kinerja yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apa pun yang dapat diberikan satu pihak kepada pihak lain. Sedangkan menurut Hurriyati mengemukakan bahwa pada dasarnya jasa atau layanan adalah Semua kegiatan ekonomi dengan output non-komoditas dalam arti fisik,

---

<sup>3</sup> Nurdin et al., "Pengaruh Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palu)."

<sup>4</sup> Nurdin et al., "Pengaruh Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palu)."

<sup>5</sup> Ismail Razak and Rasmansyah, "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah," *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana* 6, no. 3 (2018): 1–14.

pada saat yang sama dikonsumsi dan diproduksi, memiliki nilai tambah dan pada dasarnya tidak berwujud bagi pembeli pertama.

Berdasarkan pengertian tersebut, menunjukkan bahwa kualitas layanan merupakan keunggulan layanan yang ditawarkan perusahaan berdasarkan kecocokan dengan selera pelanggan atau adanya kesesuaian dengan kebutuhan dan persyaratan pelanggan. Layanan yang berkualitas dipersepsikan oleh pelanggan sebagai layanan yang dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan layanan yang diharapkan (*expected service*), sehingga kepuasan pelanggan terpenuhi.<sup>6</sup> Sebaliknya, layanan yang tidak berkualitas dipersepsikan pelanggan sebagai layanan yang dirasakan tidak sesuai dengan layanan yang diharapkan, sehingga kepuasan pelanggan tidak terpenuhi. Dengan demikian, terpenuhi atau tidak terpenuhi harapan pelanggan, tergantung kepada kemampuan perusahaan didalam menawarkan kualitas layanan yang dirasakan pelanggan. Parasuraman, et al (1985) mengidentifikasi lima dimensi yang disebut *servqual*, yaitu bukti fisik (*tangible*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*emphaty*) (Heri, 2017)). Bukti fisik meliputi fasilitas fisik (gedung dan tata letak ruangan), tersedianya tempat parkir, kebersihan dan kenyamanan ruangan, perlengkapan, personal, kelengkapan sarana komunikasi, penampilan karyawan. Kehandalan, yaitu kemampuan untuk memberikan layanan sesuai dengan yang dijanjikan, seperti memberikan informasi yang diperlukan secara tepat, melayani transaksi dengan cepat, melayani setiap pengaduan dengan cepat, dan membantu untuk menyelesaikan masalah.<sup>7</sup>

## **2. Kepuasan Nasabah**

Kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) adalah suatu tingkatan dimana perkiraan kinerja produk sesuai dengan harapan pembeli (Kotler & Keller, 2013). Kepuasan pelanggan bergantung pada perkiraan kinerja produk dalam memberikan nilai, relatif terhadap harapan pembeli. Jika kinerja produk jauh lebih rendah dari harapan pelanggan, pembeli tidak terpuaskan. Jika kinerja sesuai dengan harapan, pembeli terpuaskan. Jika kinerja melebihi yang diharapkan, pembeli lebih senang. Pelanggan yang merasa puas akan kembali membeli dan akan memberi tahu kepada yang lain tentang pengalaman baik terhadap produk tersebut. Kepuasan merupakan salah satu indikator

---

<sup>6</sup> Razak and Rasmansyah, "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah."

<sup>7</sup> Razak and Rasmansyah, "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah."

dalam pengukuran kualitas layanan ditengah persaingan dengan perusahaan lainnya. Harapan pelanggan mempunyai peranan penting dalam menentukan kualitas produk (barang dan jasa) dan kepuasan pelanggan karena pada dasarnya terdapat hubungan yang erat antara penentuan kualitas dan kepuasan pelanggan. Dalam mengevaluasinya, pelanggan akan menggunakan harapannya sebagai standar atau acuan.<sup>8</sup> Kepuasan secara langsung akan memengaruhi loyalitas yang pada akhirnya dapat menurunkan biaya operasi serta meningkatkan pendapatan dan profitabilitas perusahaan. Definisi konsep kepuasan pelanggan yang digunakan dalam penelitian ini adalah tanggapan pelanggan dapat berupa perasaan senang atau kecewa atas perbandingan antara produk yang diterima dengan yang diharapkan sebagai evaluasi atau penilaian pelanggan secara keseluruhan terhadap pembelian dan pengalaman penggunaan produk atau jasa tersebut.

## **METODE PENELITIAN**

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, karena penelitian ini terfokus untuk mengetahui pengaruh layanan mobile banking kepuasan nasabah dalam menggunakan layanan bank. Penelitian ini dilakukan kepada seluruh masyarakat yang menggunakan mobile banking, adapun objek penelitian khususnya pada customer Bank Syariah Indonesia. penelitian dianggap representatif terhadap judul yang diangkat peneliti, karena di samping objek yang dianggap tepat, juga memberikan nuansa baru peneliti dalam menambah pengalaman penelitian. Peneliti memberikan questioner kepada 30 responden masyarakat umum pengguna mobile banking, questioner menggunakan dua skala likert. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif, yaitu proses analisis terhadap data-data yang berbentuk angka dengan cara perhitungan secara statistik untuk mengukur kualitas produk dan desain terhadap keputusan pembelian produk gadai emas. Analisa data dilakukan melalui tahap uji validitas, reliabilitas, uji regresi berganda, dan uji asumsi klasik. Untuk pembuktian hipotesis penulis menggunakan uji f dan uji t.<sup>9</sup>

---

<sup>8</sup> Boulding 1993

<sup>9</sup> Nurdin et al., "Pengaruh Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palu)."

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Pembahasan

#### Descriptives

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
MEAN_KP	26	1.300	5.000	3.56154	1.100937
MEAN_KN	26	1.125	5.000	3.74519	1.073825
Valid N (listwise)	26				

Dari data diatas diketahui bahwa terdapat 26 data yang valid untuk kualitas pelayanan serta kepuasan nasabah dengan nilai minimum 1.300 dan 1.125 berturut-turut. Nilai rata-rata 3,56154 dan 3,74519 serta nilai maksimum yang sama yakni 5.

#### Uji Analisis Data

##### 1. Uji regresi linier sederhana

Uji regresi linier sederhana berfungsi untuk dapat mengetahui seberapa besar pengaruh satu variabel bebas terhadap variabel terikat. Dasar pengambilan keputusan pada uji regresi linier sederhana ini ialah apabila jika nilai signifikansi < 0,05 maka artinya variabel X berpengaruh terhadap variabel Y dan apabila nilai signifikansi > 0,05 maka artinya variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y. Berikut tabel hasil uji regresi linier sederhana:

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
		1	(Constant)	.704	.358	
	MEAN_K	.854	.096	.875	8.868	.000
	P					

Berdasarkan dari table hasil uji regresi linier sederhana dapat dirumuskan dengan cara sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 0,704 + 0,854X$$

Dapat dijelaskan bahwa persamaan tersebut ialah nilai konstanta sebesar 0,704 yang mengandung arti bahwa nilai konsisten variabel Kepuasan nasabah adalah sebesar 0,704. Kemudian pada koefisien regresi X sebesar 0,854 menyatakan

bahwa setiap penambahan 1% nilai kualitas pelayanan Bank Syariah Indonesia, maka nilai Kepuasan Nasabah bertambah sebesar 0,854. Jadi koefisien regresi tersebut bernilai positif sehingga dapat dinyatakan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap variabel Y ialah positif.

## Uji Hipotesis

### a. Uji Korelasi

Uji korelasi merupakan pengujian atau analisis data yang berfungsi untuk mengetahui tingkat keeratan hubungan antara variabel bebas (X) dan variabel tidak bebas (Y). Dalam uji ini, pengujiannya hanya untuk mengetahui hubungannya saja. Dalam uji korelasi, penentuan kuat atau lemahnya suatu hubungan dinilai dari apabila nilai tersebut mendekati angka 1 atau -1. Jika angka yang diperoleh mendekati angka 0, maka hubungan kedua variabel dapat dikatakan lemah.

		MEAN_KN	MEAN_KP
MEAN_KN	Pearson Correlation	1	.875**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	26	26
MEAN_KP	Pearson Correlation	.875**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	26	26

Dari data diatas diketahui bahwa tingkat korelasi r hitung sebesar 0,875 dan nilai r tabel sebesar 2,06390 yang artinya  $0,875 < 2,06390$  maka  $H_0$  ditolak yang artinya antara variabel kualitas pelayanan Bank Syariah Indonesia dengan Tingkat kepuasan nasabah tidak terdapat hubungan positif.

Diketahui nilai signifikansi (2-tailed) sebesar 0,000.

$0,000 > 0,05$  artinya antara variabel X dan Y terdapat hubungan yang signifikan.

**b. Uji t**

Uji t dilakukan untuk dapat mengetahui apakah variabel a. independen berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel dependen. Berikut tabel uji t:

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	22.087	1	22.087	78.640	.000 <sup>a</sup>
	Residual	6.741	24	.281		
	Total	28.828	25			

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.704	.358		1.966	.061
	MEAN_K	.854	.096	.875	8.868	.000
	P					

Berdasarkan dari tabel uji t maka dapat diketahui nilai t hitung sebesar 8,868 lebih besar dari t tabel (0,025;24) 2,06390. Maka H<sub>0</sub> menyatakan bahwa Kualitas pelayanan Bank Syariah Indonesia diterima. Jadi dalam hal ini dapat disimpulkan Kualitas Pelayanan Bank Syariah Indonesia berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

**c. Uji Koefisien determinasi (Uji R)**

Uji koefisien determinasi ini bertujuan untuk menampilkan seberapa persen besar pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Nilai koefisien determinasi dapat dilihat pada nilai R square. Berikut tabel uji koefisien determinasi.

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.875 <sup>a</sup>	.766	.756	.529962



Berdasarkan tabel Model Summary di atas menyatakan bahwa R square dari pengetahuan mahasiswa tentang bank syariah sebesar 76,6% lebih besar dari 0.5/50%, dapat disimpulkan bahwa pengaruh variabel pengetahuan sebesar 76,6%

### Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah nilai residual berdistribusi normal atau tidak. Dalam uji normalitas penelitian ini peneliti menggunakan Teknik One Sample Kolmogrov-Smirnov. Dasar pengambilan keputusan dengan cara apabila nilai signifikansi  $> 0,05$  maka nilai residual berdistribusi normal dan apabila nilai signifikansi  $< 0,05$  maka nilai residual tidak berdistribusi normal. Berikut table hasil dari uji normalitas One Sample Kolmogrov-Smirnov:

		MEAN KP	MEAN KN
N		26	26
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	3.56154	3.74519
	Std. Deviation	1.100937	1.073825
Most Extreme Differences	Absolute	.116	.194
	Positive	.096	.121
	Negative	-.116	-.194
Kolmogorov-Smirnov Z		.593	.990
Asymp. Sig. (2-tailed)		.873	.281

Berdasarkan tabel diatas maka diketahui nilai signifikansi untuk KP 0,873 dan KN 0,281 yang berarti data KP berdistribusi normal begitupun KN berdistribusi normal dikarenakan nilai signifikansi  $> 0,05$ .

### Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk melihat kestabilan atau keakuratan yang ditunjukkan atas instrument pengukuran. Berikut table dari hasil uji reliabilitas.

Cronbach's Alpha	N of Items
.976	18

Berdasarkan table hasil uji reliabilitas dari seluruh jawaban kuesioner dapat dinyatakan reliabel. Karena dapat dilihat bahwa nilai cronbach alpha  $> 0,60$ .

**Tabel Frekuensi**

<b>LEVEL KUALITAS PELAYANAN</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	RENDAH	5	16.1	19.2	19.2
	SEDANG	7	22.6	26.9	46.2
	TINGGI	14	45.2	53.8	100.0
	Total	26	83.9	100.0	
Missing	System	5	16.1		
Total		31	100.0		

Menunjukkan bahwa dari 31 data terdapat 5 data eror dengan jumlah 14 data dengan kualitas pelayanan yang tinggi, lalu 7 data dengan kualitas pelayanan sedang dan 5 data dengan kualitas pelayanan rendah.

<b>LEVEL KEPUASAN NASABAH</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	RENDAH	4	12.9	15.4	15.4
	SEDANG	4	12.9	15.4	30.8
	TINGGI	18	58.1	69.2	100.0
	Total	26	83.9	100.0	
Missing	System	5	16.1		
Total		31	100.0		

Pada data kepuasan nasabah menunjukkan 18 data tingkat kepuasan yang tinggi, 4 data dengan tingkat kepuasan sedang dan 4 data tingkat kepuasan rendah.

**KESIMPULAN**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah. Dari hasil penelitian dan pembahasan disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, hal ini menunjukkan bahwa semakin bagus kualitas produk yang diberikan bank maka kepuasan nasabah akan semakin meningkat.

Berdasarkan hasil pembahasan dan temuan penelitian, dapat dikemukakan beberapa kesimpulan sebagai berikut: Kualitas layanan yang tinggi mampu meningkatkan kepuasan pelanggan. Hal ini terbukti nilai signifikan menunjukkan hubungan positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Citra perusahaan yang baik terhadap nasabah akan meningkatkan kepuasan pelanggan, hal demikian terbukti dengan nilai signifikan searah positif signifikan terhadap kepuasana pelanggan.

## **REFERENSI**

- Nuirdin, Nuirdin, Indah Muisyawah, Nuirfitriani Nuirfitriani, and Abduil Jalil. "Peingaruh Peilayanan Moibilei Banking Teirhadap Keipuiasan Nasabah (Stuidi Pada Mahasiswa Peirbankan Syariah IAIN Palui)." *Juurnal Ilmui Peirbankan dan Keiuiangan Syariah* 2, noi. 1 (2020): 87–104.
- Razak, Ismail, and Rasmansyah. "Peingaruh Kuialitas Layanan Teirhadap Keipuiasan Nasabah." *Juurnal Manajeimein Bisnis Krisnadwipayana* 6, noi. 3 (2018): 1–14.
- Nuirdin, Nuirdin, Indah Muisyawah, Nuirfitriani Nuirfitriani, and Abduil Jalil. "Peingaruh Peilayanan Moibilei Banking Teirhadap Keipuiasan Nasabah (Stuidi Pada Mahasiswa Peirbankan Syariah IAIN Palui)." *Juurnal Ilmui Peirbankan dan Keiuiangan Syariah* 2, noi. 1 (2020): 87–104.
- Razak, Ismail, and Rasmansyah. "Peingaruh Kuialitas Layanan Teirhadap Keipuiasan Nasabah." *Juurnal Manajeimein Bisnis Krisnadwipayana* 6, noi. 3 (2018): 1–14.