

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEMUDAHAN *MOBILE BANKING* TERHADAP KEPUASAN NASABAH PT. BANK SYARIAH INDONESIA.TBK REGIONAL OFFICE X MAKASSAR

M. Fahrul Husni¹⁾, Ramlah²⁾, Budhi Krisnanto³⁾, Muhammad Rizal⁴⁾, Mirna⁵⁾

Institut Bisnis dan Keuangan Nitro^{1,2,3,4,5}

Email: fahrulhusni@nitromks.ac.id

ABSTRACT

Utilizing the use of technology to provide better services to its customers, the bank launched an information technology-based banking transaction service media, namely Mobile Banking (m-banking). As of December 31, 2021, the number of customers using BSI services is 199,499 BSI Mobile Noa Users, from this data, it can be seen that the Mobile Banking services provided by banks are enough to change the lifestyles of people who previously had to queue at the bank, now only with applications. Technological developments that make transactions easier make customers more interested in the Mobile Banking services provided. This research aims to determine the influence of service quality and ease of Mobile Banking on customer satisfaction of PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. Regional Office X Makassar. The data analysis methods used are instrument tests, multiple liner analysis, hypothesis tests, and R2 coefficient determination tests. With a total of 100 samples. By the method of taking accidental sampling samples. The results of this test conclude: 1) Service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction at PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. Regional Office X Makassar. 2) The ease of Mobile Banking has a positive and significant effect on customer satisfaction at PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. Regional Office X Makassar. 3) The quality of service and ease of Mobile Banking have a positive and significant effect on Customer Satisfaction at PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. Regional Office X Makassar.

Keywords : *Service Quality, Ease of Mobile Banking and Customer Satisfaction*

ABSTRAK

Pemanfaatan penggunaan teknologi untuk memberikan pelayanan yang lebih baik kepada para nasabahnya bank meluncurkan media layanan transaksi perbankan berbasis teknologi informasi yaitu Mobile Banking (m-banking). Sejak per 31 Desember 2021 jumlah nasabah yang menggunakan layanan BSI sebesar 199.499 Noa User BSI Mobile, dari data tersebut dapat dilihat bahwa layanan Mobile Banking yang disediakan oleh perbankan cukup mengubah gaya hidup masyarakat yang tadinya harus mengantri di bank, kini hanya dengan aplikasi. Perkembangan teknologi yang semakin mempermudah transaksi membuat nasabah semakin berminat dengan layanan Mobile Banking yang disediakan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan kemudahan Mobile Banking terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. Regional Office X Makassar. Adapun metode analisis data yang digunakan yaitu uji instrument, analisis liner berganda, uji hipotesis, dan ujian kofisien determinasi R2. Dengan jumlah sampel sebanyak 100 sampel. Dengan metode mengambil sampel accidental sampling. Hasil dari pengujian ini menyimpulkan : 1) Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. Regional Office X Makassar. 2) Kemudahan Mobile Banking berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. Regional Office X Makassar. 3) Kualitas layanan dan kemudahan Mobile Banking berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. Regional Office X Makassar.

Kata Kunci : Kualitas Layanan, Kemudahan Mobile Banking dan Kepuasan Nasabah

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi dan informasi yang sangat pesat di era globalisasi saat ini tidak dapat di hindari menjadi salah satu faktor pendukung keberhasilan sebuah organisasi dalam persaingan bisnis. Semakin mudah dan cepatnya mendapatkan informasi dengan menggunakan teknologi berdampak pada peningkatan interaksi antar individu untuk mendapat informasi yang dibutuhkan. Berdasarkan data dari Statistik 2019 menunjukkan pengguna internet di Indonesia pada 2018 sebanyak 95,2 juta, tumbuh 13,3% dari 2017 yang sebanyak 84 juta pengguna. Pada tahun selanjutnya pengguna internet di Indonesia akan semakin meningkat dengan rata-rata pertumbuhan sebesar 10,2% pada periode 2018-2023. Pada 2019 jumlah pengguna internet di Indonesia diproyeksikan tumbuh 12,6% dibandingkan 2018, yaitu menjadi 107,2 juta pengguna. Pada 2023, jumlah pengguna internet di Indonesia diproyeksikan mencapai 150 juta pengguna (Jayani, 2019).

Internet membagikan kemudahan dalam mengakses data, membagikan hiburan serta komunikasi untuk orang (Herington & Weaven, 2009). Seiring meningkatnya permintaan penggunaan teknologi ini dalam perbankan memberikan layanan terbaik dalam *e service quality* dalam banking, *Mobile Banking* atau *e banking* dapat meningkatkan kepuasan nasabah.

Pemanfaatan penggunaan teknologi untuk memberikan pelayanan yang lebih baik kepada para nasabahnya bank meluncurkan media layanan transaksi perbankan berbasis teknologi informasi yaitu *Mobile Banking (m-banking)*. Layanan m-banking membuka kesempatan bagi nasabah untuk melakukan transaksi perbankan melalui perangkat ponsel atau

Personal Data Asistent (PDA) (Wardhana, 2015).

Menurut Fany & Tricahyono (2014). Layanan secara online dalam perbankan sangat berguna dalam kehidupan sehari-hari bagi nasabah dimana tuntutan layanan tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu menjadi pengalaman yang akan dirasakan nasabah yang memiliki *Mobile Banking* dan apabila layanan *Mobile Banking* tersebut sesuai dengan ekspektasi mereka, maka akan meningkatkan kepuasan nasabah dalam menggunakan layanan berbasis teknologi.

Mobile Banking merupakan sebuah fasilitas dari bank dalam era modern ini yang mengikuti perkembangan teknologi dan komunikasi. Layanan yang terdapat pada *Mobile Banking* meliputi pembayaran, transfer, history dan lain sebagainya.

Penggunaan layanan *Mobile Banking* pada telepon seluler memungkinkan para nasabah dapat lebih mudah untuk menjalankan aktivitas perbankannya tanpa batas ruang dan waktu. Dengan adanya layanan *Mobile Banking* diharapkan dapat memberikan kemudahan dan manfaat bagi para nasabah dalam melakukan akses ke bank tanpa harus datang langsung ke bank (Kurniawati, et.al, 2017).

Salah satu Bank Umum Syariah yang baru, Bank Syariah Indonesia telah meraih penghargaan sebagai Digital Brand Of The Year 2019, prestasi yang diraih oleh Bank Syariah Indonesia membuktikan bahwasanya layanan digital marketing yang diberikan kepada nasabahnya telah memberikan kepuasan bagi mereka. Selain itu Bank Syariah Indonesia juga meraih penghargaan *2nd Satisfaction Loyalty Engagement* 2019 penghargaan tersebut menduduki peringkat pertama *Loyalty Index* 2019 kategori Bank Umum Syariah (<https://infobanknews.com>). Rowley (2016) *electronic service quality* merupakan fasilitas yang memungkinkan

untuk menciptakan keunggulan kompetitif serta mendiskriminasi layanan mereka yang lain.

Sejak per 31 Desember 2021 jumlah nasabah yang menggunakan layanan BSI sebesar 199.499 Noa User BSI Mobile, dari data tersebut dapat dilihat bahwa layanan *Mobile Banking* yang disediakan oleh perbankan cukup mengubah gaya hidup masyarakat yang tadinya harus mengantri di bank, kini hanya dengan aplikasi. Perkembangan teknologi yang semakin mempermudah transaksi membuat nasabah semakin berminat dengan layanan *Mobile Banking* yang disediakan.

Dari uraian tersebut di atas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut;

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. Regional Office X Makassar?
2. Apakah kemudahan *Mobile Banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. Regional office Makassar?

Tujuan penelitian ini tak lain untuk;

- a. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. Regional Office X Makassar.
- b. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan *Mobile Banking* terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. Regional Office X Makassar.

B. Tinjauan Pustaka

1. Perbankan Syariah

Perbankan syariah merupakan salah satu instrument yang digunakan untuk mengakan aturan-aturan ekonomi islam. Perbankan menerima tiga fungsi utama yaitu menerima simpanan uang, meminjamkan uang, dan menerima jasa

pengiriman uang. Didalam sejarah perekonomian kaum muslim, pembiayaan yang dilakukan dengan akad-akad yang sesuai syariah telah menjadi bagian dari tradisi umat Islam. Praktik-praktik seperti menerima titipan harta, pembiayaan untuk keperluan konsumsi dan untuk keperluan bisnis (investasi) serta melakukan pengiriman uang telah lazim digunakan.

Dalam sistem perbankan di Indonesia terdapat dua macam system operasional perbankan, yaitu bank konvensional dan bank syariah. Sesuai UU No. 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah, Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, atau prinsip hokum islam yang diatur dalam fatwa majelis ulama Indonesia seperti prinsip keadilan dan keseimbangan ('*adl wa tawazun*), kemasalahan (masalah), universalisme (alamiyah), serta tidakmengandung gharar, masyir, riba , zalim dan obyek yang haram. (Adrianto dan Anang 2019:24).

2. Kualitas Layanan

Kualitas Layanan merupakan upaya untuk membangun kerjasama jangka panjang dengan prinsip saling menguntungkan. Febrianta dan Indrawati (2016) mengemukakan bahwa kualitas layanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas layanan yang berbasis website seperti *Mobile Banking* adalah kemampuan layanan elektronik yang mampu memfasilitasi nasabah bertransaksi perbankan secara efektif dan kualitas layanan *Mobile Banking* teruji setelah nasabah mendapatkan layanan (Sudirman & Suasana, 2018). Fasilitas kualitas layanan dalam *Mobile Banking* memiliki kualitas layanan yang baik dan hubungan yang erat dengan kepuasan nasabah, serta memberikan motivasi untuk berhubungan

jangka panjang dengan nasabah (Basri, 2019).

Adapun indikator kualitas layanan menurut Zheithaml et al dalam (Ariani, 2016) terdapat empat indikator dalam kualitas layanan sebagai berikut:

- a. Bukti fisik (*Tangibles*), kemampuan dalam keterampilan fasilitas perusahaan yang menarik, peralatan/perlengkapan digunakan perusahaan bersih dan lengkap, serta penampilan dari karyawan rapi.
- b. Daya tangkap (*Responsiveness*), Berkenaan dengan, Kemauan untuk membantu konsumen memberikan layanan yang cepat (responsif) serta tepat.
- c. Kehandalan (*Reability*), kemampuan untuk melakukan layanan yang dijanjikan secara akurat dan dapat diandalkan.
- d. Jaminan (*Assurance*), kemampuan intelektual, dan integritas para karyawan perusahaan untuk membuat rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.

3. Kemudahan

Widjana dalam Ahmad dan Pambudi (2014) mengartikan persepsi kemudahn pengguna sebagai keyakinan individu bahwa menggunakan sistem teknologi informasi tidak akan merepotkan atau membutuhkan usaha yang besar pada saat digunakan. Persepsi kemudahan penggunaan ini akan terbentuk ketika pengguna mencapai tingkat diamna mereka percaya bahwa teknologi sistem tesebut dapat digunakan denagan mudah dan bebas dari masalah.

Menurut Yani,dkk (2018) persepsi kemudahan penggunaan berarti seorang meyakini bahwa menggunakan teknologi akan mudah dan tidak merepotkan. indikator persepsi kemudahan penggunaan menurut Lee Dan Wan (2010) dalam karim (2017) ada tiga yaitu:

- a. Individu mudah dan terampil dalam menggunakan suatu teknologi
 Yaitu nasabah mudah dan terampil dalam menggunakan aplikasih *Mobile Banking* tersebut.
- b. Teknologi tersebut mudah dipelajari
 Layanan *Mobile Banking* mudah dipelajari dan mudah untuk menggunakannya.
- c. Teknologi tersebut sangat mudah di operasikan
Mobile Banking sangat mudah di operasikan dan biasa digunakan kapan dan dimana saja.
- d. *Responsiveness*/responsif merupakan kemampuan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat.

4. *Mobile Banking*

Dalam dunia perbankan saat ini telah diramaikan dengan adanya fasilitas kemudahan bertransaksi secara *mobile*, hal tersebut terjadi seiring dengan tuntutan terhadap kesedianya kemudahan dan kesederhanaan prosedur yang semakin lama semakin meningkat. masyarakat semakin menuntut kepraktisan dan mulai enggan menjalankan suatu prosedur yang tidak hanya menghabiskan banyak waktu namun tanpa terasa telah mengikis sumber pendapatan seseorang. Hal ini menyebabkan dunia perbankan mulai memutar otak dan menggagas formula untuk mengembangkan dan membuka jaringan untuk pelayanan kepada nasabah berupa layanan *Mobile Banking*. Bank telah memanfaatkan perkembangan teknologi informasi dalam layanan perbankanya dengan meluncurkan media layanan transaksi perbankan berbasis teknologi informasi yaitu *Mobile Bagking*. Layanan *Mobile Banking* membuka kesempatan bagi nasabah untuk melakukan transaksi perbankan melalui perangkat *handphone*.

Mobile Banking atau biasa dikenal dengan M-Banking adalah salah satu jasa pelayanan perbankan yang disediakan oleh

bank termasuk bank syariah agar nasabah dapat bertransaksi setiap saat, tanpa harus datang ke bank yang bersangkutan. *Mobile Banking* merupakan salah satu layanan perbankan yang menggunakan teknologi maju, layanan ini berbasis teknologi seluler yang memberikan kemudahan dalam melakukan kegiatan transaksi perbankan.

Dengan mempertimbangkan fenomena telepon seluler sebagai alat komunikasi yang paling diminati saat ini, maka sangat besar peluang para nasabah yang akan melakukan layanan *Mobile Banking*. *Mobile Banking* juga sebagai layanan yang memungkinkan nasabah bank untuk melakukan transaksi perbankan melalui ponsel atau smartphone. Layanan *Mobile Banking* dapat digunakan melalui menu yang sudah tersedia pada SIM Card, atau melalui aplikasi yang dapat diunduh dan diinstal oleh nasabah.

Berikut indikator dari pelayanan menurut Tjiptono dan Chandra (2011:182):

- a. *Assurance*/jaminan merupakan pengetahuan, sopan, santun dan pengetahuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan.
- b. *Emphaty*/kepedulian merupakan kepedulian dan perhatian secara pribadi yang diberikan kepada pelanggan.
- c. *Tangible*/nyata merupakan fasilitas fisik berupa peralatan, sfat dan bangunan.

5. Kepuasan

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya (kotler dan keller, 2017). Kepuasan pelanggan merupakan pernyataan bahagia atau kecewa pelanggan dimana bersumber dari perumpamaan antara gambaran pada hasil atau kinerja produk serta keinginannya, pernyataan di dukung oleh (subagja& susanto, 2019:72)

Adapun indikator kepuasan menurut kotler dalam Tjiptono (2014 : 369) terdapat enam indikator dalam mengukur kepuasan nasabah:

- a. Kepuasan pelanggan keseluruhan (*overall customer satisfaction*) kepuasan nasabah keseluruhan dapat di ukur dengan cara yang mudah yaitu langsung menanyakan kepada nasabah apakah mereka sudah puas dalam mendapatkan pelayanan di bank.
- b. Dimensi kualitas pelangga/nasabah Dimensi kualitas dapat dilakukan dengan memilah milah kepuasan nasabah kedalam beberapa komponen. Pertama melakukan indentifikasih terhadap dimensi apa saja yang menjadi kunci kepuasan nasabah. Kedua meminta kesediaan nasabah untuk menilai jasa bank berdasarkan intem-intem spesifik yang telah disediakan, seperti kecepatan pelayanan, keramahan, dan fasilitas fisik dari bank. Ketiga nasabah di minta untuk menentukan manakah dimensi yang paling penting dan dominan dalam menilai kepuasan nasabah.
- c. Kesediaan untuk merekomendasi (*Willigness to rekommeded*) Kepuasan nasabah juga dapat di ukur dengan melihat kesediaan nasabah untuk merekomendasi kepada orang lain agar mau jadi nasabah di bank tersebut.
- d. Ketidakpuasan pelanggan/nasabah (*dissatisfaction customer*) Aspek-aspek yang sering di analisa untuk mengetahui ketidakpuasan nasabah adalah complain, retur atau pengambilam produk, rekomendasi negatif kepada pihak lain dan nasabah yang berahli ke bank lain.

6. Nasabah

Menurut UU RI No. 10 Tahun 1998 tentang perbankan dimuat tentang jenis dan pengertian nasabah, dalam pasal 1 angka 17

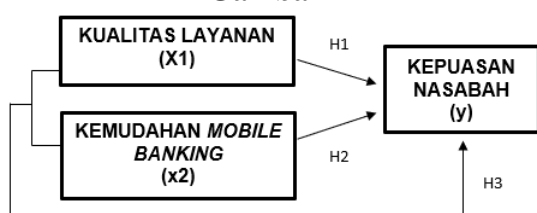
disebutkan bahwa “pengertian nasabah yaitu pihak yang menggunakan jasa bank.” Menurut kamus perbankan, “nasabah adalah orang atau badan yang mempunyai rekening simpanan atau pinjaman pada bank.” Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa nasabah ialah:

Adapun pengertian nasabah menurut para ahli, sebagai berikut:

- a. Menurut Kasmir (2012:202). Nasabah merupakan konsumen yang menabung atau menggunakan produk yang dijual atau ditawarkan oleh bank.
- b. Menurut Mislah Hayati Nasution dan Sutisna (2015:65) Nasabah merupakan pelanggan (costumer) yaitu individu atau perusahaan yang mendapatkan manfaat atau produk dan jasa dari sebuah perusahaan perbankan, meliputi kegiatan pembelian, penyewaan serta layanan jasa.
- c. Menurut Tjiptono dalam (Dwi Perwitasari Wiryaningtyas 2016:50) pengertian nasabah adalah Setiap orang yang membeli dan menggunakan produk atau jasa perusahaan.

Kerangka Konseptual

Gambar 1



Keterangan:

Dari gambar 1 dapat dijelaskan bahwa penelitian ini dilakukan pada PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. Regional Office X Makassar. Penelitian ini tertuju kepada nasabah untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan kemudahan *Mobile Banking* terhadap kepuasan nasabah. Hasil dari penelitian ini menghasilkan kesimpulan dan saran yang akan dikembalikan ke perusahaan PT. Bank

Syariah Indonesia Tbk. Regional Office X Makassar.

C. Hipotesis

1. Layanan Kualitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. Regional Office X Makassar.
2. Kemudahan *Mobile Banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. Regional Office X Makassar.
3. Kualitas layanan dan kemudahan *Mobile Banking* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. Regional Office X Makassar.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk Regional Office X Makassar yang beralamat di Jl. Dr. Sam Ratulangi No. 79 Makassar. Dengan waktu yang dibutuhkan kurang lebih selama 1 bulan.

Jenis Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu data yang diperoleh dari hasil kuesioner yang dibagikan kepada nasabah untuk mengetahui kepuasan nasabah PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk. Regional Office X Makassar, dan data Kualitatif, yaitu data yang diperoleh melalui catatan atau tulisan dari berbagai sumber seperti studi pustaka, literatur, serta jurnal-jurnal yang berkaitan dengan penelitian.

Adapun sumber data yakni, data Primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari sumber asli. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini berupa pernyataan dalam kuesioner yang dibagikan kepada responden, dan menggunakan data Sekunder, yaitu data

yang diperoleh dari studi kepustakaan dan dokumen dari PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk. Regional Office X Makassar.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kepustakaan (*Library Research*) dan penelitian lapangan (*Field Research*) yaitu penelitian yang dilakukan untuk memperoleh data secara langsung pada objek yang diteliti menggunakan metode kuesioner akan dibagikan kepada nasabah yang menggunakan layanan *Mobile Banking* PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk Regional Office X Makassar.

Populasi penelitian ini adalah seluruh nasabah yang menggunakan layanan *Mobile Banking* PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. Regional Office X Makassar yang berjumlah 199.499 nasabah. Pengambilan sampel menggunakan metode *Accidental Sampling*. Pada saat pengumpulan data melalui kuesioner, penentuan jumlah sampel penelitian ini menggunakan Rumus Slovin, sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Maka :

$$n = \frac{199.499}{1 + 199.499 (0.1)^2}$$

$$n = \frac{199.499}{1 + 199.499 (0,01)}$$

$$n = \frac{199.499}{1 + 1.995,99}$$

$$n = \frac{199.499}{1.995}$$

$$n = 99,99 \text{ (100 Sampel)}$$

Keterangan :

N = Ukuran sampel

N = Jumlah populasi

E = Kesalahan dalam mengambil sampel, misalnya 10% Jadi

Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden.

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian adalah metode analisis

deskriptif kuantitatif, yang merupakan teknik analisis yang menggunakan angka-angka agar pemecahan masalah dapat dihitung secara pasti. Alat analisis yang digunakan adalah uji asumsi klasik, analisis linear berganda, uji Hipotesis, uji Koefisien Determinasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

B. Hasil Penelitian

1. Karakteristik Responden

a. Karakteristik Responden

Pada penelitian ini terdapat beberapa karakteristik pada setiap responden. Adapun karakteristik yang digunakan dalam penelitian ini adalah usia, jenis kelamin, pekerjaan pendidikan terakhir karyawan. Berikut ini adalah hasil pengelompokan responden berdasarkan:

1) Jenis Kelamin

Responden yang terpilih berdasarkan jenis kelamin ada dua kelompok yaitu laki-laki dan perempuan untuk mengetahui jumlah presentase dapat dilihat pada tabel berikut:

Table 1
Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin	Jumlah	Presentase (%)
Laki-laki	48	48%
Perempuan	52	52%
Total	100	100%

Sumber : data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 1 diatas dapat dijelaskan bahwa responden terbanyak yaitu wanita dengan jumlah 52 responden atau 52% sedangkan laki laki sebanyak 48 responden atau 48%.

2) Usia

Hasil kuesioner ang dibagikan kepada karyawan sebanyak 100 responden diperoleh data berdasarkan usia/umur padatable berikut:

Tabel 2
Jumlah Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Presentase (%)
20-39 Tahun	78	78%
40-59 Tahun	19	19%
60-79 Tahun	3	3%
Total	100	100%

Sumber : data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 2 diatas dapat dijelaskan bahwa responden terbanyak adalah pada usia 20>39 tahun dengan jumlah 78 responden atau sebesar 78%, usia 40>59 tahun sebanyak 19 responden atau sebesar 19%, dan usia 60>79 tahun dengan jumlah 3 responden atau sebesar 3%.

3) Lama Menjadi Nasabah

Hasil dari kuesioner yang dibagikan kepada nasabah sebanyak 100 responden diperoleh data berdasarkan lama menjadi nasabah sebagai berikut:

Tabel 3
Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah

Lama Menjadi Nasabah	Jumlah	Presentase (%)
1-2 Tahun	62	62%
3-5 Tahun	38	38%
Total	100	100%

Sumber : data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 3 diatas dapat dijelaskan bahwa responden berdasarkan lama menjadi nasabah. menunjukkan bahwa responden yang lama menjadi nasabah 1-2 tahun sebanyak 62 orang, 3-5 tahun sebanyak 38 orang.

4) Pendidikan Terakhir

Hasil kuesioner yang dibagikan kepada

nasabah sebanyak 100 responden diperoleh berdasarkan pendidikan terakhir pada tabel berikut:

Tabel 4
Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir	Jumlah	Presentase (%)
D3	7	7%
S1	76	76%
S2	15	15%
S3	2	2%
Total	100	100%

Sumber : data diolah, 2023

Berdasarkan pada tabel 4 diatas dapat dijelaskan bahwa responden pada pendidikan terakhir menunjukkan bahwa D3 sebanyak 7 orang, S1 sebanyak 76 orang, S2 sebanyak 15 orang dan terdapat responden dengan pendidikan S3 2 orang.

2. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validasi digunakan untuk mengetahui tingkat keabsahan (validitas) pernyataan dalam kuesioner. Dimana instrumen dalam hal ini kuesioner dikatakan valid berarti menunjukkan alat ukur yang dipergunakan untuk mendapatkan data itu valid. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan analisis metode korelasi apabila korelasi 0,03 maka dinyatakan valid atau signifikan. Berikut hasil validitas indikator pelayanan pada tabel dibawah ini:

Tabel 5
Kualifikasi Validasi

Variabel	Signifikan	Ket
Kualitas Layanan X ₁	0,000	Valid
Kemudahan <i>Mobile Banking</i> X ₂	0,000	Valid
Kepuasan Nasabah Y	0,000	Valid

Sumber: data diolah berdasarkan SPSS Versi 22

Dari tabel 5 diatas diketahui hasil uji validitas untuk variabel X Kualitas

Layanan, kemudahan *Mobile Banking* dan variabel Y Kepuasan nasabah dapat disimpulkan bahwa pernyataan dalam kuesioner yang digunakan oleh variabel tersebut menunjukkan hasil validitas dengan signifikan lebih kecil dari nilai < 0,01 yang dinyatakan valid.

b. Uji Reabilitas

Uji Reabilitas dilakukan dengan memperhatikan nilai dari *Cronbach's Alpha*. Pengujian ini dilakukan pada masing- masing variabel jika koefisien *Cronbach's Alpha* > 0,6 menunjukkan bahwa instrument yang digunakan sebagai alat ukur variabel adalah *reliabel*. Adapun hasil uji reabilitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 6
Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Ket
Kualitas Layanan X1	0,817	Realiabel
Kemudahan <i>Mobile Banking</i> X2	0,769	Realiabel
Kepuasan Nasabah Y	0,889	Realiabel

Sumber: Data diolah berdasarkan SPSS Versi 22

Berdasarkan tabel 6 diatas, telah menunjukkan nilai cronbach's alpha dari semua variabel lebih besar dari nilai standar reabilitas yakni >0,6 sehingga dapat disimpulkan bahwa instrument dari indikator pernyataan kuesioner yang digunakan dalam variabel tersebut dinyatakan handal atau dapat dipercaya sebagai alat ukur

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh Kualitas layanan, Kemudahan *Mobile Banking*, dan kepuasan nasabah PT. Bank Syariah Indonesia. Tbk. Regional.

Tabel 7
Hasil Uji Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.209	.657		-.319	.751
Kualitas Layanan	.161	.048	.157	3,389	.001
Kemudahan	1.184	.067	.828	17.807	.000

Sumber: data diolah berdasarkan SPSS Versi 22

Berdasarkan hasil uji pada tabel 17 diatas dapat disusun formulasi regresi berikut:

$$Y = - 0,209 + 0,161 + 1,184$$

Berdasarkan persamaan regresi linier berganda diatas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta sebesar -209 yang berarti bahwa jika ada pengaruh dari variabel independen maka kepuasan nasabah sebesar -0,209.
- b. Nilai koefisien regresi untuk variabel kualitas layanan sebesar 0,161 ini menunjukkan bahwa jika setiap tanggapan responden sebesar 1% maka akan meningkatkan kualitas layanan sebesar 0,161.
- c. Nilai koefisien regresi untuk variabel kemudahan *Mobile Banking* sebesar 1,184 ini menunjukkan bahwa jika setiap tanggapan responden sebesar 1% maka akan meningkatkan kemudahan *Mobile Banking* sebesar 1,184.

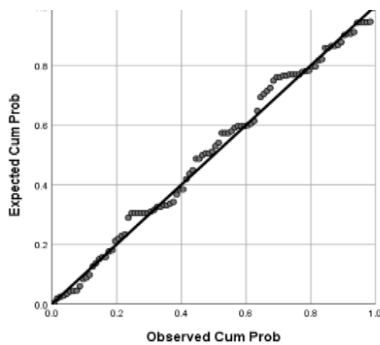
4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Untuk melihat normalitas data yang digunakan pendekatan grafik, normality probability plot. Deteksi normalitas dengan melihatn penyebaran data (titik) pada gambar sumber diagonal dari grafik. Berikut data hasil uji normalitas dibawah ini:

Gambar 2
 Uji Normalitas

Normal P P Plot of Regression Standardized Residual Dependent Variable : Kepuasan Nasabah (Y)



Sumber: Data diolah berdasarkan SPSS Versi 22

b. Uji Multikolinieritas

Untuk mendeteksi adanya multikolinieritas yaitu melihat angka *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *tolerance*. Nilai yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai *tolerance* >0,1 dan nilai VIF sebesar < 10. Berikut tabel hasil uji multikolinieritas:

Tabel 8
Uji Multikolinieritas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF	
1 (Constant)	-.209	.657				
Kualitas Layanan	.161	.048	.157	.636	1.572	
Kemudahan Mobile Banking	1.184	.067	.828			

Sumber: Data diolah dengan bantuan SPSS 22

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai *tolerance* > 0.1 dan nilai VIF setiap variabel bebas <10 sehingga disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas pada masing-masing variabel.

c. Uji heteroskeditas

Untuk mendeteksi adanya

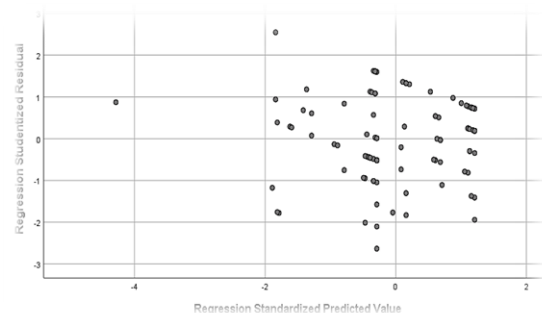
heteroskeditas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik antara nilai prediksi variabel terikat (Sresid) dan residual (Zpred).

Gambar 3

Uji Heteroskedastisitas

Scatterplot

Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Y)



Sumber: Data diolah berdasarkan SPSS Versi 22

Berdasarkan tabel diatas dilihat bahwa tidak terjadi pola yang jelas serta titik-titik menyebar secara acak, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedisitas

5. Uji Hipotesis

a. Uji F (Simultan)

Uji F (Simultan) bertujuan untuk menguji apakah keseluruhan variabel independen mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap satu variabel dependen.

Jika nilai signigikan $F = <0,05$ maka secara bersama-sama seluruh variabel bebas berpengaruh positif dan signifikan. Hasil uji F (Statistik) dapat dilihat dibawah ini:

Tabel 9

Uji F (Simultan)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regresion	825.761	2	412.881	315.377	,000 ^b

Residual	126.989	97	1.309		
Total	952.750	99			

Sumber: data diolah dengan bantuan SPSS 22

Berdasarkan tabel 9 tersebut dapat dilihat bahwa nilai $F = 315.377$ dengan signifikansi $0,000$, sehingga dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama seluruh variabel bebas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan nasabah.

b. Uji t (Parsial)

Pengujian hipotesis dilakukan dengan uji parsial (uji t) nilai (sig) diperoleh dengan menggunakan bantuan aplikasi software SPSS versi 22. Jika H_0 : Variabel independen secara parsial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Dan jika H_a : Variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Kriteria pemilihan produk pembiayaan berdasarkan nilai (sig) adalah:

- 1) Jika nilai (sig) $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
- 2) Jika nilai (sig) $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Tabel 10
Uji Hipotesis t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	-.209	.657		-.319	.751
Kualitas Layanan	.161	.048	.157	3,389	,001
Kemudahan	1.184	.067	,828	17.807	,000

Sumber: Data diolah dengan bantuan SPSS 22

Berdasarkan hasil uji pada tabel diatas dapat diketahui bahwa:

- 1) Kualitas Layanan memiliki nilai (sig) $0,001$ yang $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian, variabel kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.
- 2) Kemudahan *Mobile Banking* memiliki nilai (sig) $0,000$ yang $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian variabel kemudahan *Mobile Banking* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (*R square*) menunjukkan seberapa besar variabel independen menjelaskan variabel dependennya. Apabila nilai *R square* makin mendekati satu maka variabel-variabel independennya telah memberikan variasi variabel dependen. Berdasarkan hasil pengolahan data dengan bantuan SPSS versi 22, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 11
Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,931 ^a	,867	,864	1,144	1,487

Sumber: data diolah dengan bantuan SPSS 22

Berdasarkan hasil tabel diatas dapat dijelaskan bahwa nilai *R square* sebesar $0,867$. Artinya Kepuasan nasabah PT. Bank Syariah Indonesia. Tbk. Regional Office X Makassar yang dipengaruhi oleh variabel Kualitas Layanan dan Kemudahan *Mobile Banking* adalah sebesar $0,867$ sisanya sebesar 14% di pengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan kedalam penelitian ini.

C. Pembahasan

Berdasarkan pengujian dan analisis data yang telah dilakukan dengan menggunakan uji parsial dan simultan untuk memperoleh hasil yang menyeluruh mengenai variabel independen terhadap variabel dependen, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. Regional Office X Makassar

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan besaran koefisien regresi variabel kualitas layanan bertanda positif, artinya variabel kualitas layanan searah dengan kepuasan nasabah. Hasil uji t menunjukkan nilai signifikan kualitas layanan sebesar 0,001 yang $< 0,05$ artinya kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. Regional Office X Makassar.

Sehingga hipotesis pertama yang menyatakan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. Regional Office X Makassar diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik pelayanan dan bantuan yang diberikan akan meningkatkan kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. Regional Office X Makassar.

Fasilitas kualitas layanan dalam *Mobile Banking* memiliki kualitas layanan yang baik dan hubungan yang erat dengan kepuasan nasabah, serta memberikan motivasi untuk berhubungan jangka panjang dengan nasabah (Basri, 2019).

Hasil penelitian ini searah dengan penelitian yang dilakukan oleh Elsa Marhana (2019) Dinda tri moralisa (2020) dengan hasil penelitian kepercayaan nasabah dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan menggunakan *Mobile Banking* pada PT. Bank Rakyat Indonesian (persero)

Tbk. Kantor Cabang Pembantu Boulevard.

2. Pengaruh kemudahan *Mobile Banking* terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. Regional Office X Makassar.

Berdasarkan hasil pengolahan data analisis regresi linier berganda menunjukkan besaran koefisien regresi variabel kemudahan *Mobile Banking* bertanda positif, artinya variabel kemudahan *Mobile Banking* searah dengan kepuasan nasabah. Hasil uji t menunjukkan nilai signifikan variabel kemudahan *Mobile Banking* sebesar 0,000 yang $< 0,05$ artinya kemudahan *Mobile Banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. Regional Office X Makassar.

Sehingga hipotesis kedua yang menyatakan bahwa kemudahan *Mobile Banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. Regional Office X Makassar diterima. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan dalam bertransaksi melalui *Mobile Banking* menarik perhatian nasabah dan tentunya akan meningkatkan kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. Regional Office X Makassar.

Menurut Widjana dalam Ahmad dan Pambudi (2014) mengartikan persepsi kemudahn pengguna sebagai keyakinan individu bahwa menggunakan sistem teknologi informasi tidak akan merepotkan atau membutuhkan usaha yang besar pada saat digunakan. Persepsi kemudahan penggunaan ini akan terbentuk ketika pengguna mencapai tingkat diamna mereka percaya bahwa teknologi sistem tersebut dapat digunakan denagan mudah dan bebas dari masalah.

Hasil penelitian ini searah dengan penelitian yang dilakukan oleh Elsa Marhana (2019) Dinda Tri Moralisa (2020)

dengan hasil penelitian kepercayaan nasabah dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan menggunakan *Mobile Banking* pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Pembantu Boulevard.

3. Pengaruh kualitas layanan dan kemudahan *Mobile Banking* terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. Regional Office X Makassar.

Berdasarkan hipotesis diatas variabel independen (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen (Y) pada PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. Regional Office X Makassar dilakukan dengan uji f dengan hasil pengolahan data sebagaimana ada dalam tabel IV.10. dari hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan besaran koefisien regresi variabel independen bertanda positif, artinya variabel independen berbanding lurus atau searah terhadap variabel dependen.

Hasil uji f diketahui berdasarkan dari tabel *Anova* dapat dilihat bahwa pengaruh dari variabel dukungan keluarga (x1), kompensasi (X2) dan motivasi kerja karyawan (Y) dapat dilihat dari nilai f = 120,196 dengan signifikan 0,000, maka dapat disimpulkan bahwa variabel dukungan keluarga (X1) kompensasi (X2) secara bersama- sama berpengaruh dan signifikan terhadap motivasi kerja karyawan (Y), sehingga pengujian hipotesis ke 3 diterima.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa jika kualitas layanan, kemudahan *Mobile Banking* dan kepuasan nasabah di implementasikan dengan baik dan benar maka akan memberikan standar produktivitas yang tinggi. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Elsa Marhana, (2019) meneliti tentang pengaruh kepercayaan nasabah dan kualitas layanan *Mobile Banking* terhadap kepuasan nasabah

pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. KCP Boulevard. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan nasabah dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan menggunakan *Mobile Banking* pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Pembantu Boulevard.

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian dan pembahasan di atas maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. Regional Office X Makassar.
2. Kemudahan *Mobile Banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. Regional Office X Makassar.
3. Kualitas layanan dan kemudahan *Mobile Banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. Regional Office X Makassar.

DAFTAR PUSTAKA

Adrianto, & Firmansyah, M. A. (2019). *Manajemen Bank Syariah: Implementasi teori dan Praktek*. 24.

Ahmad dan Bambang Setiyo Pambudi. 2014. *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Keamanan Dan Keterbatasan Fitur Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking Pada Program Layanan Internet Banking BRI*. Jurnal. Studi manajemen. Vol. 8, No. 1.

Andrayani, K. F., & Solekah, N. A. (2021). *Determinasi Kepuasan Nasabah*

- Electronic MOBILE BANKING bank Syariah Indonesia (Pada E Service Quality). Widyagama National Conference On Economics and Business.*
- Basuki A.T., Prawoto dan Nano, 2016. *Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi dalam Bisnis: Dilengkapi Aplikasi SPSS dan Eviews.* Depok: PT. Rajagrafondo Persada.
- Fernandes, Y. D., & Marlius, D. (2018). *Peranan Customer Service dalam meningkatkan pelayanan kepada nasabah pada PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat Cabang Utama Padang.*
- Koeswara, S. S., & Muslimah. (2013). *Analisis besarnya pengaruh kinerja pelayanan (Service Performance) Frontliner dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah prioritas PT. BCA Tbk Cabang Permata Buana dengan pendekatan metode regresi linear Multiple.* Jurnal pasti. 8 (1), 3.
- Lupiyoody, R., & Hamdani, (2011). *Manajemen Pemasaran Jasa.* Jakarta: Salemba Empat, 1, 182.
- Marginingsi, R. (2020). *Kualitas Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI (Studi pada pengguna BRI Mobile di kota Depok (Vol. 7) Akuntansi dan Keuangan.*
- Marhana, E., (2019). *Pengaruh Kepercayaan Nasabah Dan Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. KCP Boulevard.* Makassar Institut Bisnis dan Keuangan Nitro Makassar.
- Nasution, M. H., & Sutisna. (2015). *Faktor – Faktor yang mempengaruhi minat nasabah terhadap Internet Banking.* Jurnal Nisbah, Vol. 1 (1), 65.
- Nurdin, N., Musyawarah, I., Nursafitriyani, N., & Jalil, A. (2020). *Pengaruh Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palu).* Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah, Vol. 2 (1).
- Pratono, M. O., & Setianegara, R. G. (2020). *Analisis Pengaruh Persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan keamanan terhadap minat nasabah menggunakan Mobile Banking (studi kasus pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Semarang Pendanaan)* (Vol, 8). Keunis Majalah Ilmiah.
- Siregar, Syofian, (2013). *Statistik Ptametrik Untuk Penelitian.*
- Sugiyono, (2018). *Metode Penelitian Kauntitatif.* Bandung: Alfabeta.
- Tambahani, Y. I., Kalangi, J., & Walangitan, O. (2021). *Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Peserta BPJS Kesehatan Kabupaten Halamhera Utara.* Productivity. Vol. 2 (2), 126.
- Wardhana, A. (2015). *Pengaruh Kualitas Layanan Mobile (M-Banking) Terhadap Kepuasan Nasabah di Indonesia.* Darema Jurnal Manajemen. Vol. 10 (2).
- Wirianingtyas, D. P. (2016). *Pengaruh Keputusan Nasabah Dalam Mengambil Kredit Desa Kabupaten Jember.* Jurnal Ekonomi dan Bisnis Growth, Vol. 14 (2), 50.
- Yani, E., Lestari, A. F., Amaian H., Puspita A. 2018. *Pengaruh Internet*

*Banking Terhadap Minat Nasabah
Dalam Bertransaksi Dengan
Technology Acceptance Model.
Jurnal Informatika. Vol. 5, No. 1*