

## PENGARUH FITUR M-BANKING DAN KEAMANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH LIVIN' BY MANDIRI

Ni Ketut Ayu Wilyningsih<sup>1\*</sup>, Aliccia Syarach<sup>2</sup>, Ika Yuliana<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Department of Management, Faculty of Economics and Business, Bumigora University

<sup>2</sup> Department of Management, Faculty of Economics and Business, Bumigora University

<sup>3</sup> Department of Management, Faculty of Economics and Business, Bumigora University

E-Mail:

<sup>1</sup> [ayuwilyningsih@gmail.com](mailto:ayuwilyningsih@gmail.com)

<sup>2</sup> [alicciasyarach@gmail.com](mailto:alicciasyarach@gmail.com)

<sup>3</sup> [ika\\_yuliana@universitasbumigora.ac.id](mailto:ika_yuliana@universitasbumigora.ac.id)

---

### ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh fitur m-banking dan keamanan terhadap kepuasan nasabah aplikasi Livin' by Mandiri di Kota Mataram. Adapun metode yang digunakan yaitu kuantitatif dengan pendekatan asosiatif, data dikumpulkan melalui kuesioner online dan dianalisis menggunakan SPSS. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 40 responden yang diambil dari masyarakat kota mataram yang menggunakan Livin' by Mandiri. Hasil Uji validitas dan reliabilitas memastikan bahwa instrumen penelitian layak digunakan, dan data menunjukkan berdistribusi normal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fitur m-banking tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, sementara keamanan aplikasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan. Selain itu hasil olah data mengungkapkan bahwa keamanan aplikasi lebih berpengaruh dalam meningkatkan kepuasan nasabah dibandingkan fitur m-banking.

---

### ARTICLE INFO

#### Keywords:

Digitalisasi; m-banking; keamanan; layanan

#### Article History

Submitted:

15-06-2024

Accepted:

25-07-2024

Published:

02-01-2025

---

*Corresponding Author:*

Ni Ketut Ayu Wilyningsih, [ayuwilyningsih@gmail.com](mailto:ayuwilyningsih@gmail.com)

### 1. INTRODUCTION

Era digitalisasi membuat perusahaan melakukan berbagai perubahan, baik dalam bidang produksi, jasa maupun teknologi (Ansori, 2016). Kemajuan pesat pada sistem yang berbasis teknologi terutama penggunaan internet menjadi perubahan mendasar bagi suatu perusahaan (Yenty et al., 2000). Pesatnya kemajuan teknologi digitalisasi berpengaruh terhadap komunikasi, media, dan informatika, dan pertumbuhan infrastruktur data global merubah pola serta metode aktivitas bisnis yang dilaksanakan di industri, perdagangan, pemerintahan, dan sosial politik serta perbankan. Dalam perbankan kemajuan era digitalisasi berpengaruh terhadap operasional perusahaan terutama dalam penggunaan internet sebagai saluran distribusi baru yang menawarkan waktu tunggu yang lebih rendah dan kenyamanan yang lebih tinggi daripada

layanan perbankan secara tradisional yaitu datang ke cabang. Sehingga pihak perbankan mulai menerapkan aplikasi untuk dapat meningkatkan operasi dalam bisnis dan mengurangi biaya yang tidak diperlukan, dan nasabah mendapatkan kemudahan dalam mengakses produk dan layanan sehingga ini dapat berpengaruh kepada kepuasan nasabah.

Kepuasan nasabah dipengaruhi dengan adanya kualitas pelayanan yang diberikan. Kepuasan nasabah sangat bergantung kepada kinerja atau pelayanan yang diberikan pihak Bank untuk dapat memuaskan nasabah (Ismulyaty et al., 2022). Semua Bank yang ada di Indonesia ingin mempertahankan kepuasan nasabah, salah satunya adalah Bank Mandiri yang menawarkan inovasi melalui aplikasi Livin' by mandiri. Sejak diluncurkan pada tahun 2021, aplikasi ini secara konsisten meningkatkan kinerjanya. Bank Mandiri ikut melakukan transformasi digital dengan meluncurkan aplikasi mobile banking livin' by mandiri. Sejak diluncurkannya aplikasi ini, livin' by mandiri telah diunduh oleh lebih dari 10 juta pengguna dan menduduki posisi ke 5 aplikasi terbaik di Google Play Store dan Appstore (Pracoyo & Malona, 2023).

Bank mandiri memberikan layanan dan produk yang mempermudah memenuhi kebutuhan nasabah antara lain; Livin' by mandiri memiliki banyak fitur-fitur layanan yang dapat memberikan kemudahan nasabah seperti transfer rupiah, top-up, e-money, QR transfer, investasi, setor tarik, sukha, dan masih banyak fitur lainnya yang tersedia di livin' by mandiri. Bank mandiri tidak hanya memperhatikan fitur produk yang ada pada livin' by mandiri tetapi juga memperhatikan terkait keamanan aplikasi livin' by mandiri. Karena keamanan merupakan faktor penting dalam meningkatkan kepuasan dalam transaksi *online*.

### **1.1 Fitur M-Banking**

Fitur merupakan sarana persaingan untuk membedakan produk suatu perusahaan dengan produk pesaing (Lu & Nuha, 2015). Produk maupun jasa merupakan kelengkapan jenis pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Mobile banking adalah aplikasi yang dirancang untuk dapat memberikan layanan kepada nasabah dalam industri perbankan, penggunaan mobile banking memberikan kemudahan kepada nasabah karena kemudahan dalam mengaksesnya melalui telepon seluler/jaringan seluler. Dengan adanya mobile banking di dalam industri perbankan dapat memberikan kemudahan proses operasional perbankan yang awalnya dilakukan secara manual, yang mengharuskan nasabah harus pergi ke bank, cabang terdekat saat melakukan transaksi, hadirnya mobile banking dapat memberikan nasabah melakukan transaksi kapan saja dan di mana saja. Sebagai aplikasi terproses secara sistem, dengan adanya mobile banking memberikan peningkatan efisiensi kerja pengguna. Oleh karena itu, penggunaan mobile banking adalah situasi nyata nasabah Bank yang menggunakan sistem atau layanan mobile banking. Pengguna jasa dikonsepsikan dalam bentuk pengukuran frekuensi dan durasi pengguna teknologi (Amalia & Hastriana, 2022).

### **1.2 Keamanan**

Keamanan merupakan faktor penting dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam transaksi online (Suryani & Koranti, 2022). Keamanan merupakan sejauh mana nasabah percaya bahwa internet aman untuk transmisi informasi sensitive. Raman & Annamalai, (2011) menyatakan keamanan merupakan faktor utama yang dibutuhkan dalam proses bisnis online maupun pengoperasian sistem informasi. Selain dari keamanan konsumen juga perlu yang merasakan kerahasiaan data. Perilaku nasabah bukan hanya pada kemudahan dan efisiensi berbelanja saja, namun sudah menjangkau pada perspektif belanja yang berbicara pada sisi kualitas, baik produk yang ditawarkan maupun pelayanannya. Untuk itulah, perlu adanya proteksi dari pemerintah terhadap data-data nasabah yang melakukan transaksi di Perusahaan

### **1.3 Kepuasan**

Kepuasan merupakan perasaan seseorang ketika merasakan senang ataupun kecewa yang berasal dari membandingkan antara kesannya terhadap hasil suatu produk ataupun jasa dan harapan-harapannya (Kotler & Keller, 2013). Ismail, (2014) Mendefinisikan kepuasan

pelanggan sebagai keadaan psikologis yang dirasakan oleh pelanggan terhadap produk berupa barang atau jasa yang ditentukan oleh perbedaan antara harapan yang dimiliki pelanggan dengan pengalaman mengkonsumsi produk atau layanan tersebut.

## 2. METHOD

Penelitian ini melibatkan nasabah dari Bank Mandiri khususnya pada Kota Mataram sebagai subjek penelitian. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2019). Data dikumpulkan melalui kuesioner secara *online*, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 40 responden yang diambil dari masyarakat kota mataram yang menggunakan Livin' by Mandiri. Data dianalisis menggunakan SPSS, dimulai dari pengujian validitas dan reliabilitas untuk memastikan bahwa instrumen penelitian layak digunakan, setelah itu pengujian normalitas dan hipotesis penelitian.

## 3. RESULT AND DISCUSSION

Analisis regresi biasanya digunakan untuk dapat mengukur seberapa besar pengaruh anatara variabel bebas dan variabel terikat. Diketahui dalam penelitian apabila terdapat lebih dari satu variabel atau variabel terikat, maka disebut regresi linear berganda, yang digunakan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh dari variabel independent terhadap variabel dependen.

### 3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

Tabel 1. Tabel Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r hitung > 0,312	Keterangan
<b>M-Banking (X1)</b>	X1.1	0,864>0,312	Valid
	X1.2	0,935>0,312	Valid
	X1.3	0,833>0,312	Valid
	X1.4	0,830>0,312	Valid
	X1.5	0,899>0,312	Valid
<b>Keamanan (X2)</b>	X2.1	0,757>0,312	Valid
	X2.2	0,865>0,312	Valid
	X2.3	0,845>0,312	Valid
	X2.4	0,739>0,312	Valid
	X2.5	0,857>0,312	Valid
	X2.6	0,887>0,312	Valid
<b>Kepuasan Nasabah (Y)</b>	Y1.1	0,794>0,312	Valid
	Y1.2	0,871>0,312	Valid
	Y1.3	0,877>0,312	Valid
	Y1.4	0,801>0,312	Valid
	Y1.5	0,773>0,312	Valid

Tabel 1. menunjukkan bahwa semua data dikatakan valid. Lalu pada uji reliabilitas variabel independent dan variabel dependent pada penelitian dinyatakan telah reliabel dan kuesioner dapat diberikan ke nasabah sebagai responden penelitian. Hasil uji SPSS Reliabilitas pada tabel 2. menunjukkan bahwa variabel m banking (X1), keamanan (X2), dan kepuasan Nasabah (Y) memiliki Cronbach's Alpa > r table (0,312) sehingga dapat dinyatakan reliabel.

**Tabel 2.** Tabel Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Alpa	R tabel	Keterangan
<i>M-Banking</i> (X1)	0.915	0,312	reliabel
Keamanan (X2)	0.903	0,312	reliabel
Kepuasan Nasabah (Y)	0.882	0,312	reliabel

### 3.2 Uji Hipotesis

#### 3.2.1 Uji T

**Table 3.** Hasil Uji T

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	7.217	2.613		2.762	.009
FITUR M-BANKING	-.143	.098	-.136	-1.457	.153
KEAMANAN	.687	.075	.849	9.112	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN NASABAH

Variabel fitur M-banking memiliki nilai t hitung sebesar  $-1.457 > t$  tabel 2.024 ( $t$  tabel dilihat pada baris  $N - 2$  atau jumlah data  $40 - 2 = 38$ ).  $t$  tabel untuk jumlah data yang sudah dikurangi menjadi 38 ialah 2.024) dan nilai signifikan 0,05 dengan nilai signifikansi  $0,153 > 0,05$ . Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa Hipotesis 1 ditolak. Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa variabel Fitur M-banking berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dan variabel keamanan memiliki nilai t hitung sebesar  $9.112 > t$  tabel 2.024 ( $t$  tabel dilihat pada baris  $N - 2$  atau jumlah data  $40 - 2 = 38$ ).  $T$  tabel untuk jumlah data yang sudah dikurangi menjadi 38 ialah 2.024) dan nilai signifikannya  $0,000 < 0,05$ . Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa Hipotesis 2 diterima. Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa variabel keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

#### 3.2.2 Uji F

**Table 4.** Hasil Uji F

#### ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	171.217	2	85.609	41.592	.000 <sup>b</sup>
Residual	76.158	37	2.058		
Total	247.375	39			

a. Dependent Variable: KEPUASAN NASABAH

b. Predictors: (Constant), KEAMANAN, FITUR M-BANKING

Hasil uji SPSS menunjukkan nilai F hitung adalah 41.592 (F tabel dilihat pada baris 40-(3-1) = 38 dan kolom (3-1=2) (jumlah variabel total - jumlah variabel dependen) Nilai F tabel baris 38 kolom 2 ialah 3.24 yang berarti  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $41,592 > 3.24$ ) dan nilai sig  $0,000 < 0,05$ ). Dengan hasil data tersebut dapat disimpulkan bahwa  $H_a$  diterima yang artinya bahwa Fitur M-banking dan keamanan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan nasabah.

### 3.2.3 Uji Koefisien Determinasi

**Table 5.** Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.832 <sup>a</sup>	.692	.675	1.435

a. Predictors: (Constant), KEAMANAN, FITUR M-BANKING

Tabel 5. Uji koefisien determinasi dilihat dari adjusted R Square sebesar 0.675 atau 67,5% dengan presentase yang cukup tinggi yang berarti variabel X1 dan variabel X2 dapat menjelaskan atau mempengaruhi variabel Y sebesar 67,5% dan 32,5% dan variabel dijelaskan oleh variabel lain diluar model penelitian.

## 4. CONCLUSION

Berdasarkan hasil analisis data, diketahui bahwa Fitur M-Banking berpengaruh negatif dan berpengaruh tidak signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Selanjutnya Keamanan berpengaruh positif dan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Terakhir Fitur M-Banking dan Keamanan berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Nasabah. Saran untuk peneliti diharapkan memperbaiki riset ini dengan memasukkan variabel lain yang mempengaruhi kepuasan nasabah, seperti pelayanan dan kemudahan penggunaan, selain itu Peneliti selanjutnya juga bisa mempertimbangkan untuk menjadikan variabel kepuasan menjadi variabel mediasi dan menambahkan kepercayaan sebagai variabel dependent (Yuliana et al., 2024). Sementara harapan untuk Bank Mandiri supaya mampu meningkatkan strategi dalam upaya meningkatkan fitur M-Banking, keamanan *livin'by* mandiri terhadap kepuasan nasabah agar terwujudnya kepuasan nasabah. Kualitas fitur dan keamanan dapat ditingkatkan dengan cara menambahkan fitur baru dalam aplikasi m-banking *livin by* mandiri misalnya investasi reksa dana, kemudian dengan meningkatkan kecepatan akses m-banking bahkan ketika pengguna sedang *offline* serta memberikan jaminan keamanan terkait *privacy* data pengguna. Sementara untuk meningkatkan kepuasan nasabah dapat dilakukan dengan memenuhi harapan pengguna akan aplikasi m-banking *Livin by* Mandiri, menjalin hubungan yang baik dengan nasabah salah satunya dengan cara menangani keluhan nasabah secara cepat dan tepat. Maka dari itu diharapkan pada tahun berikutnya brand index m-banking *Livin by* Mandiri dapat kembali mengalami peningkatan dan m-banking *Livin by* Mandiri semakin dipercaya dikalangan masyarakat sebagai aplikasi bertransaksi yang berkualitas dan aman.

## ACKNOWLEDGEMENT

Kami mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu kami dalam melakukan penelitian ini. Terutama pada pihak-pihak dari nasabah yang telah menjadi responden dari penelitian ini, Serta kami ucapkan terimakasih kepada rekan-rekan yang telah bekerja sama untuk menyusun dan menyelesaikan penelitian ini, selain itu kami juga, ingin berterimakasih kepada dosen pembimbing yang telah memberikan arahan serta bimbingan yang berupa kritik dan saran sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik. Tanpa adanya dukungan yang senantiasa ada, penelitian ini tidak dapat diselesaikan dengan baik. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat untuk kita semua.

## REFERENCES

- Amalia, P., & Hastriana, A. Z. (2022). Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Keamanan, dan Fitur M-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah dalam Bertransaksi Pada Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus BSI KCP Sumenep). *Islamic Sciences, Sumenep*, 1, 70–89.
- Ansori, A. (2016). Digitalisasi Ekonomi Syariah. *ISLAMICONOMIC: Jurnal Ekonomi Islam*, 7(1). <https://doi.org/10.32678/ijei.v7i1.33>
- Ismail, R. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Dan Kepuasan Nasabah Sebagai Prediktor Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah. *Jurnal Organisasi Dan Manajemen*, 10(2), 179–196. <https://doi.org/10.33830/jom.v10i2.79.2014>
- Ismulyaty, S., Nurmaini, & Roni, M. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Pengguna Internet Banking Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia (Bsi Kalirejo). *NISBAH: Jurnal Perbanka Syariah*, 8(1), 66–75. <https://doi.org/10.30997/jn.v8i1.6117>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2013). *Manajemen Pemasaran* (Jilid Kedua). Erlangga.
- Lu, A., & Nuha, D. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Fitur Dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Mebel Pada CV. Munawir Furniture Di Jepara. *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, 4, 1–13. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Pracoyo, A., & Malona, C. (2023). Pengaruh Brand Personality terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Aplikasi LIVIN by MANDIRI pada PT BANK MANDIRI (PERSERO) TBK. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Perbankan (Journal of Economics, Management and Banking)*, 9(2), 131–146. <https://doi.org/10.35384/jemp.v9i2.396>
- Raman, A., & Annamalai, V. (2011). Wireless Information Networks & Business Information System. *IJCA Special Issue on "Wireless Information Networks & Business Information System,"* 54–56.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabet.
- Suryani, S., & Koranti, K. (2022). Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Keamanan Serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Sikap Pengguna E-Commerce. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 27(2), 183–198. <https://doi.org/10.35760/eb.2022.v27i2.5189>
- Yenty, O., Dosen, Y., Ekonomi, F., Akuntansi, J., Universitas, –, & Petra, K. (2000). Penggunaan Teknologi Internet Dalam Bisnis. In *Jurnal Akuntansi & Keuangan* (Vol. 2, Issue 1). <http://puslit.petra.ac.id/journals/accounting/>  
<https://e.journal.titannusa.org/index.php/economist>

Yuliana, I., Ramdani, R., Anwar, M. Z., & Alpiansah, R. (2024). Antecedent Of E-Loyalty: A Servqual Theory Perspective. *GANEC SWARA*, 18(2), 942. <https://doi.org/10.35327/gara.v18i2.881>