

# PENGARUH KUALITAS LAYANAN MOBILE BANKING TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA BANK CENTRAL ASIA

I Gusti Ayu Tresna Gita<sup>1</sup>, Hikayati Nuzulul Kuraen<sup>2</sup>, Susilo Talidobel<sup>3\*</sup>

<sup>1, 2, 3</sup> Department of Management, Faculty of Economics and Business, Bumigora University

E-mail:

<sup>1</sup> [itatresna77@gmail.com](mailto:itatresna77@gmail.com)

<sup>2</sup> [hikayatinuzulul21@gmail.com](mailto:hikayatinuzulul21@gmail.com)

<sup>3</sup> [susilo@universitasbumigora.ac.id](mailto:susilo@universitasbumigora.ac.id)

---

## ABSTRACT

Mobile banking merupakan jenis layanan perbankan yang berbasis aplikasi. *Mobile Banking* dilengkapi dengan sistem keamanan yang tinggi. Tujuan akhir penggunaan *mobile Banking* adalah untuk memuaskan nasabah, sehingga penelitian bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Layanan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Central Asia yang ada di Kota Mataram. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, metode pengumpulan data pada penelitian ini adalah purposive random sampling dengan sampel sebanyak 60 responden. Hasil analisis regresi menunjukkan kualitas layanan mobile banking berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, jika kualitas layanan mobile banking ditingkatkan maka akan dapat meningkatkan kepuasan nasabah.

---

## ARTICLE INFO

### Keywords:

Kualitas Layanan,  
Kepuasan Nasabah,  
Mobile Banking

### Article History

Submitted:  
02-07-2024  
Accepted:  
09-08-2024  
Published:  
02-01-2025

---

*Corresponding Author:*

Susilo Talidobel, [susilo@universitasbumigora.ac.id](mailto:susilo@universitasbumigora.ac.id)

## 1. INTRODUCTION

Perkembangan teknologi terus berlangsung dengan cepat setiap tahunnya. Saat ini, perkembangan ini menekankan pentingnya untuk semua instansi dan profesional pemasaran terus memperbarui pengetahuan mereka sesuai dengan tuntutan zaman. Sektor keuangan seperti perbankan, ada kebutuhan mendesak untuk bertindak cepat dan terus-menerus berinovasi agar dapat bersaing dengan pesaing utama mereka, yaitu perbankan konvensional. Salah satu contoh inovasi yang menonjol adalah aplikasi perbankan online yang canggih merupakan salah satu wujud inovasi yang dilakukan (Rahmi *et al.*, 2023).

Ketika sebuah bank mengimplementasikan teknologi informasi canggih dalam layanan transaksi kepada nasabahnya, bank tersebut dianggap handal. Saat ini, bank telah mengembangkan inovasi baru yang bertujuan untuk meningkatkan kemudahan akses nasabah dalam melakukan transaksi tanpa harus datang ke bank. Proses transaksi menjadi lebih praktis karena dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja dalam waktu singkat. Inovasi ini menggabungkan teknologi *smartphone* dan internet, menciptakan produk bernama *Mobile Banking* (Novitasari *et al.*, 2021).

Bank BCA sangat memperhatikan kepuasan nasabah dalam memberikan layanan kepada nasabah. Oleh karena itu, untuk mencapai kepuasan nasabah, kualitas layanan dianggap sebagai

faktor utama. Ketidakpuasan nasabah terjadi ketika kinerja layanan tidak sesuai harapan mereka. Sebaliknya, kepuasan nasabah terjadi ketika kinerja pelayanan sesuai dengan harapan, sementara kepuasan yang tinggi dan kebahagiaan nasabah tercapai ketika kinerja layanan melebihi harapan mereka (Febrianta, 2016). Menurut (Ambarwati, 2014) Orientasi pada kepuasan nasabah diperlukan karena; Nasabah akan merasa loyal kepada bank sehingga bank dapat mempertahankan nasabahnya tidak beralih ke bank lainnya. Nasabah akan menceritakan mengenai pelayanan bank yang memuaskan kepada orang lain yang pada akhirnya merupakan sarana promosi yang efektif.

Kualitas layanan mendorong pelanggan untuk membangun hubungan yang kokoh dengan perusahaan. Hubungan ini, pada jangka panjang, memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan baik harapan dan kebutuhan pelanggan. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan maksimalisasi pengalaman yang menyenangkan dan upaya meminimalkan atau menghilangkan pengalaman yang kurang menyenangkan bagi pelanggan (Febrianta, 2016).

### **1.1. Kualitas Layanan**

Kualitas pelayanan merupakan titik sentral bagi perusahaan karena mempengaruhi kepuasan pelanggan dan kepuasan pelanggan akan terbentuk berdasarkan kualitas pelayanan yang diterima oleh pelanggan. (Mulya Pradana dan Lazulfa, 2021). Kepuasan pelanggan memberikan dampak pada loyalitas apabila seorang pelanggan merasa kurang puas terhadap pengalaman bertransaksi suatu produk/jasa maka mereka akan cenderung menceritakan pengalaman buruk mereka hingga menyebarkan rumor buruk yang dapat menurunkan loyalitas pelanggan suatu produk/jasa, sedangkan pelanggan yang merasa puas akan cenderung merasa nyaman dan menceritakan pengalaman positif yang diterima sehingga dapat meningkatkan loyalitas suatu produk/jasa (Tjiptono, 2023).

### **1.2. Kualitas Layanan Mobile Banking**

Mobile Banking merupakan komponen dari electronic commerce sebagai fasilitas informasi perbankan melalui jaringan tanpa kabel terupdate yang disarankan pihak bank dengan memakai teknologi yang berada pada smartphone guna mendorong kelancaran dan kemudahan dalam aktivitas transaksi. Dengan bantuan layanan Mobile Banking pihak perbankan berupaya menyuguhkan layanan express, ringan, dan aman dalam bertransaksi tanpa harus hadir on the spot selain untuk pengambilan uang tunai. Keutamaan Mobile Banking yakni nasabah bisa memakai untuk bertransaksi kapanpun dan dimanapun tanpa tenggang waktu. Fasilitas pada Mobile Banking yakni transaksi keuangan, transaksi non keuangan, transfer, cek saldo rekening dan pelunasan tagihan yang dilakukan lewat smartphone (Febrianta, 2016).

### **1.3. Kepuasan Pelanggan**

Definisi kepuasan pelanggan menurut (Kotler, 2014) ialah: Perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Dari definisi tersebut dapat dikatakan kepuasan pelanggan dapat dirasakan setelah pelanggan membandingkan pengalaman mereka dalam melakukan pembelian barang atau jasa dari penjual atau penyedia barang atau jasa dengan harapan dari pembeli itu sendiri. Harapan tersebut terbentuk melalui pengalaman pertama mereka dalam membeli suatu barang atau jasa, komentar teman dan kenalan, serta janji dan informasi pemasar dan pesaingnya. Pemasar yang ingin unggul dalam persaingan tentu harus memperhatikan harapan serta kepuasan pelanggannya.

## **2. METHOD**

### **2.1. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan melakukan wawancara kepada sumber yang relevan pada penelitian ini. (Veronica et al., 2022) definisi dari metode kualitatif adalah memahami suatu gejala sentral dengan suatu pendekatan atau penelusuran untuk

mengeksplorasi penelitian atau partisipan dengan mengajukan pertanyaan yang umum dan agak luas untuk mengerti gejala sentral tersebut.

## 2.2. Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian ini dilakukan di Kota Mataram karena objek yang dipilih yaitu Bank Central Asia (BCA) berada di kota Mataram. Kuesioner juga dibagikan pada konsumen di daerah kota Mataram dalam bentuk google form. Penelitian dilaksanakan pada bulan Mei sampai Juni.

## 2.3. Prosedur Penelitian

Prosedur penelitian menggunakan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Mendefinisikan dan merumuskan masalah
2. Melakukan studi kepustakaan, mengacu pada teori yang berlaku dan dapat dicari atau ditemukan pada buku-buku atau hasil penelitian orang lain
3. Mengumpulkan data sesuai kebutuhan terkait penelitian
4. Mengolah dan menyajikan informasi
5. Menganalisis dan menginterpretasikan
6. Membuat kesimpulan

## 2.4. Jenis Data

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data penelitian kuantitatif dengan metodologi deskriptif. Menurut (Sugiyono, 2016) penelitian kuantitatif adalah suatu teknik investigasi yang berusaha untuk memverifikasi hipotesis yang telah ditentukan sebelumnya, dimana peneliti memilih populasi tertentu, mengumpulkan data dengan menggunakan alat penelitian, dan menganalisis data secara kuantitatif atau statistik dengan menggunakan penelitian deskriptif.

## 2.5. Sumber Data

Sumber data yang dimiliki dalam penelitian ini yaitu data primer dan sekunder. Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari pengisian kuesioner pengguna mbanking Bank Central Asia yang ada di Kota Mataram sebagai objek penelitian ini. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari literatur serta referensi yang ada relevansinya dengan penelitian ini (Sugiyono, 2016).

## 2.6. Teknik Pengumpulan Data

Teknik Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini, temuan pengumpulan informasi dari survei adalah data utama yang digunakan. Survei dilakukan kepada peserta dalam format serangkaian pernyataan yang dibuat berdasarkan hubungan antar variabel. Survei akan dibatasi maksimal 60 responden sebagaimana ditentukan oleh hasil perhitungan sampel. Penilaian data akan dilakukan dengan menggunakan skala Likert.

**Tabel 1.** Nilai bobot skala likert

No	Keterangan	Bobot
1	Sagt Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Ragu-Ragu (RG)	3
4	Tidak Setuju(TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Tabel 1 nilai bobot skala likert setiap instrumen yang mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang berupa kata kata sebagai berikut: 1) sangat setuju (SS) dengan bobot 5, 2) Setuju (S) dengan bobot 4, 3) Ragu-ragu (RG) dengan bobot 3, 4) Tidak setuju (TS) dengan bobot 2, 5) Sangat tidak setuju (STS) dengan bobot 1.

## 2.7. Metode Analisis Data

Metode analisis data menggunakan regresi linier sederhana dengan bantuan aplikasi SPSS versi 29. untuk menguji hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diantaranya menggunakan uji validitas dan reliabilitas, analisis statistik deskriptif.

### 3. RESULT AND DISCUSSION

#### 3.1. Hasil

Hasil penelitian ini didapatkan dari 60 responden yang mengisi kuesioner yang diberikan kepada nasabah BCA KCP Kota Mataram. Pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara jelas mengenai gambaran responden sebagai objek penelitian.

Responden dalam penelitian ini adalah nasabah BCA Mobile di BCA KCP Kota Mataram yang berjumlah 60 responden.

**Tabel 2. Usia Responden**

No	Usia Responden (Tahun)	Jumlah	Presentase
1	17-25	50	83,33%
2	25-40	10	16,67%
	Jumlah	60	100%

Sumber: Analisis data primer 2024

Sesuai dengan tabel 2 menunjukkan 83,33% responden memiliki rentang usia 17-25 tahun dan 16,67% responden berusia 25-40 tahun. Dengan demikian, rentang usia responden yang berpartisipasi paling banyak adalah usia 17-25 tahun.

**Tabel 3. Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
1	Pria	14	23,33%
2	Wanita	46	76,67%
	Jumlah	60	100%

Sumber: Analisis data primer 2024

Pada tabel 3 menunjukkan jenis kelamin responden yang dimana 76,67% penggunaan mobile banking BCA berjenis kelamin wanita dan sisanya sebanyak 23,33% berasal dari pria

**Tabel 4. Pekerjaan**

No	Pekerjaan	Jumlah	Presentase
1	Pelajar	1	1,67%
2	Mahasiswa	50	83,33%
3	Karyawan Swasta	7	11,66%
4	Pegawai Negeri	1	1,67%
5	Sedang Tidak Bekerja	1	1,67%
	Jumlah	60	100%

Sumber: Analisis data primer 2024

Berdasarkan tabel 4, responden menggunakan mobile banking BCA dari berbagai pekerjaan, 83,33% berasal dari mahasiswa yang menggunakan mobile banking BCA untuk bertransaksi dan sisanya berasal dari karyawan swasta dan lainnya.

**Tabel 5. Berapa lama menggunakan Mobile Banking BCA**

No	Tahun	Jumlah	Presentase
1	< 1	28	46,66%
2	<1-3	23	38,34%
3	<3-5	5	8,34%
4	<5-10	4	6,66%
	Jumlah	60	100%

Sumber: Analisis data primer 2024

Pada tabel 5 menunjukkan responden yang menggunakan mobile banking BCA kurang dari satu tahun berjumlah 28 responden dengan persentase terbanyak 46,66%, dan

penggunaan mobile banking BCA lebih dari 5 tahun sebanyak 4 responden dengan persentase 6,66%.

### 3.2. Pembahasan

**Tabel 6.** Hasil Uji Validitas

No	Keterangan	Item	r hitung	R tabel	Keterangan
1	Kuliatas Layanan	X1.1	0,767	0,254	VALID
		X1.2	0,861	0,254	VALID
		X1.3	0,878	0,254	VALID
		X1.4	0,876	0,254	VALID
		X1.5	0,722	0,254	VALID
2	Kupuasan Nasabah	Y1.1	0,854	0,254	VALID
		Y1.2	0,834	0,254	VALID
		Y1.3	0,846	0,254	VALID
		Y1.4	0,743	0,254	VALID
		Y1.5	0,828	0,254	VALID
		Y1.6	0,805	0,254	VALID
		Y1.7	0,754	0,254	VALID
		Y1.8	0,774	0,254	VALID
		Y1.9	0,794	0,254	VALID

Sumber: Data diolah SPSS 29 (2024)

Hasil uji SPSS menunjukkan bahwa masing-masing variabel item pertanyaan memiliki r hitung > 0.254 dan bernilai positif. Jika koefisien korelasi yang diperoleh lebih besar dari 0,254 maka pertanyaan tersebut valid (Purwanto et al., 2021). Dengan demikian butir pertanyaan dari semua item variabel tersebut dikatakan valid.

**Tabel 7.** Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Alpha Pemanding	Keterangan
1	Kuliatas Layanan (X1)	0,880	0,6	Reliabel
2	Kupuasan Nasabah (Y)	0,932	0,6	Reliabel

Sumber: Data diolah SPSS 29 (2024)

Berdasarkan tabel di atas hasil uji SPSS menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan mobile mbaking (X1) dan kepuasan nasabah (Y) memiliki cronbach's Alpha > 0,6. Suatu item pengukuran dikatakan reliabel jika variabel memberikan nilai cronbach alpha lebih dari 0,6. Artinya jawaban responden terhadap kuesioner yang disebar dalam penelitian ini diperoleh secara konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ramdani et al., 2023).

**Tabel 8.** Hasil Analisis Regresi

No	Variabel	Koefisien	Sig.
1	Constant	12,511	0,001
2	Kualitas Layanan	0,174	0,000
3	R-squared	0,449	
4	Adjusted R-squared	0.439	

Sumber: Data diolah SPSS 29 (2024)

Hasil dari analisis regresi pada tabel 8 menunjukkan hasil nilai Adjusted R-squared sebesar 0,439 yang artinya 43,9% variabel kualitas layanan dapat menjelaskan variabel kepuasan nasabah dan sisanya sebesar 56,1% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model.

Nilai constant pada tabel 4.7 sebesar 12,511 dengan nilai signifikan sebesar 0,001 artinya jika nilai kualitasnya layanan bernilai 0 maka nilai kepuasan nasabah sebesar 12,511.

Sedangkan nilai kualitas layanan sebesar 0,174 dengan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  yang artinya kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah. Jika variabel kualitas layanan naik 1% maka akan meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 0,174% (Sri Amanda et al., 2023).

#### 4. CONCLUSION

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Central Asia yang ada di Kota Mataram dengan pengolahan data menggunakan SPSS 29 sebagai software untuk perhitungan data dan pengumpulan data menggunakan kuesioner. Kesimpulan dari penelitian ini adalah kualitas layanan mobile banking berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, jika kualitas layanan mobile banking ditingkatkan maka akan dapat meningkatkan kepuasan nasabah.

#### REFERENCE

- Ambarwati, Y. B. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah di PT. Bank Central Asia (BCA) Tbk Cabang Undaan Surabaya. *Jurnal Akruak*, 6(1), 83–103.
- Febrianta. (2016). *Influence of Mobile Banking Service Quality to Customer Statistik Pengguna Mobile Banking di Negara- Negara Asia*. 3(3), 2879–2885.
- Novitasari et al. (2021). *Analisis Kepuasan Nasabah Mobile Banking Pada Bank BCA*. 2, 55–66. <https://doi.org/10.52330/jtm.v19i2.26>
- Purwanto, A., Asbari, M., & Santoso, T. I. (2021). Analisis Data Penelitian Marketing: Perbandingan Hasil. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 2(4), 216–227. <https://ijospl.org/index.php/ijospl/article/view/64>
- Rahmi. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BCA. *ARBITRASE: Journal of Economics and Accounting*, 3(3), 710–722. <https://doi.org/10.47065/arbitrase.v3i3.660>
- Ramdani, D., Supriatna, E., & Yuliani, W. (2023). Validitas Dan Reliabilitas Angket Kematangan Emosi. *FOKUS (Kajian Bimbingan & Konseling Dalam Pendidikan)*, 6(3), 232–238. <https://doi.org/10.22460/fokus.v6i3.10869>
- Veronica, A., Ernawati, Rasdiana, Abas, M., Yusriani, Hadawiah, Hidayah, N., Sabtohadji, J., Marlina, H., Mulyani, W., & Zulkarnaini. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif. In *Pt. Global Eksekutif Teknologi*.
- Sri Amanda, Hairunnisa, & Ratna. (2023). Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Bertransaksi Di Bank Syariah (Studi Kasus Bsi Kcp Indralaya). *La Riba: Jurnal Perbankan Syariah*, 4(2), 37–53. <https://doi.org/10.53649/lariba.v4i2.276>