

## PENGARUH KUALITAS LAYANAN BRI *MOBILE* TERHADAP KEPUASAN NASABAH PT. BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO), TBK KANTOR CABANG PALANGKARAYA, KALIMANTAN TENGAH

RAHMA NOVITA SARI  
1203100134

Program Studi S1 Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Bandung  
E-mail : [rahmanaskan@gmail.com](mailto:rahmanaskan@gmail.com)

### ABSTRAK

Seiring dengan perkembangan zaman, banyak hal yang harus dilakukan oleh bank BRI untuk meningkatkan kualitas layanan BRI *Mobile* untuk dapat bersaing dengan bank lainnya yang menyediakan layanan *Mobile Banking*. Dengan menggunakan kualitas layanan yang terdiri dari Kepercayaan, Akurasi, Kecepatan, dan Keamanan diharapkan dapat mengetahui apa yang mempengaruhi kepuasan nasabah yang menggunakan layanan BRI *Mobile*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kepuasan nasabah mengenai kualitas layanan BRI *Mobile* berdasarkan persepsi nasabah bank BRI Kantor Cabang Palangkaraya, mengetahui kepuasan nasabah bank BRI Kantor Cabang Palangkaraya yang menggunakan layanan BRI *Mobile*, dan mengetahui pengaruh kualitas layanan BRI *Mobile* terhadap kepuasan nasabah bank BRI Kantor Cabang Palangkaraya. Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan metode penelitian kausal. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling* jenis *incidental sampling*, dengan jumlah responden sebanyak 100 responden, untuk analisis data digunakan analisis deksriptif dan analisis regresi berganda. Berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial didapat sub variabel akurasi dan keamanan berpengaruh tetapi tidak signifikan karena nilai  $t_{hitung} >$  nilai  $t_{tabel}$  dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 sehingga  $H_1$  diterima. Berdasarkan hasil uji hipotesis secara simultan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah bank BRI Kantor Cabang Palangkaraya yang menggunakan layanan BRI *Mobile*, hal ini dibuktikan dengan  $F_{hitung} >$   $F_{tabel}$  ( $2,925 >$   $2,310$ ) dengan tingkat signifikansi 0,025 (taraf signifikansi yang diterima  $\alpha = 0,05$ ). Berdasarkan koefisien determinasi didapat bahwa variabel kualitas layanan mampu menjelaskan kepuasan nasabah sebesar 11% dan sisanya sebesar 89% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini

**Kata Kunci:** Kualitas Layanan (Kepercayaan, Akurasi, Kecepatan, dan Keamanan), Kepuasan Nasabah.

### ABSTRACT

*In accordance with the development of the times, many things to be done by bank BRI to improve the service quality of BRI Mobile to be able to compete with other banks that provides services Mobile Banking. Using service quality consisting of trust, accuracy, speed and security is expected to know what that affects the satisfaction of customers who use BRI Mobile service. Therefore expected in this research can understand the influence of the service quality BRI Mobile PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Branch Offices Palangkaraya, Central of Kalimantan. This research is aimed to know about the customer satisfaction about service quality of BRI Mobile based on perception bank BRI Branch Offices Palangkaraya, knowing customer satisfaction bank BRI Branch Offices Palangkaraya that uses BRI Mobile service, and knowing the influence of the service quality BRI Mobile to customer satisfaction of customer bank BRI Branch Offices Palangkaraya. The approach of this research using quantitative approach by using the method research causal. A method of the sampling in this research is nonprobability sampling using method incidental sampling., with total 100 respondents, analysis of the data was using descriptive analysis and multiple regression analysis. The result of partial hypothesis test showed that sub variable accuracy and security had the most positive and not significant influence to the customer satisfaction of bank BRI Branch Offices Palangkaraya with  $t_{count} >$   $t_{table}$  and the significant test result was 0,028 which was smaller than the used signification 0,05 and  $H_1$  accepted. Based on the result of simultaneous hypothesis test, service quality has a significant positive influence to the customer satisfaction of bank BRI Branch Offices Palangkaraya, it can be evidenced by  $F$  count  $>$   $F$  table ( $2,925 >$   $2,310$ ) with the significancy in 0,025 (the significancy level which is accepted  $\alpha = 0,05$ ). Based on the determination coefficient test, service quality variable was able to described the customer satisfaction as big as 11% and the residual which is 89% was influenced by the other variables which is not investigated in this research.*

**Keywords:** Service Quality (Trust, Accuracy, Speed, and Security), Customer Satisfaction.

## 1. PENDAHULUAN

Kita telah menghadapi suatu era dimana keberhasilan strategi pemasaran suatu perusahaan tergantung keberhasilan mereka dalam menarik minat konsumen apakah melalui pelayanan terfokus, inovasi dan kualitas produk, penetapan harga, membangun komunikasi promosi yang tepat, dan sebagainya. Terlebih lagi keadaan persaingan dalam pasar sudah semakin rumit, para pesaing memiliki beberapa strategi tersendiri untuk merebut pangsa pasar, ada pesaing yang berusaha bergerak di segmen yang sama dan meniru karakteristik produk perusahaan lain, ada juga pesaing yang mencoba mengarah ke segmen yang sebelumnya tidak terpikirkan dan mampu menciptakan inovasi-inovasi yang brilian. Hal ini menimbulkan respon perusahaan terhadap keinginan konsumen diperlukan untuk mengetahui seperti apa produk dan pelayanan yang diharapkan oleh konsumen sehingga perusahaan lebih mampu dan cepat tanggap dalam menghadapi perubahan-perubahan dalam pasar. Perkembangan teknologi khususnya teknologi informasi juga semakin merubah karakteristik kebiasaan konsumen dalam proses pembelian, kemudahan dan kecepatan menjadi hal utama yang dipikirkan oleh konsumen.

Oleh karena itu, penerapan teknologi informasi pada setiap strategi bisnis yang dilakukan oleh perusahaan sangat diperlukan agar dapat mengatasi setiap permasalahan yang diakibatkan oleh perubahan-perubahan tersebut. Perubahan ini juga tidak luput terjadi pada dunia perbankan, teknologi informasi telah menuntun pihak bank untuk dapat melayani konsumen secara lebih tanggap. Dewasa ini bank telah memanfaatkan perkembangan teknologi informasi dalam layanan perbankannya dengan meluncurkan media layanan transaksi perbankan berbasis teknologi informasi *electronic banking (e-banking)* yaitu *mobile banking (m-banking)* dan *internet banking (i-banking)*.

*Mobile banking* merupakan salah satu layanan perbankan yang menerapkan teknologi informasi. Layanan ini menjadi peluang bagi bank untuk menawarkan nilai tambah sebagai insentif kepada pelanggan. Promosi *mobile banking* akan memberikan implikasi secara langsung pada adopsi yang dilakukan konsumen terhadap teknologi. *Mobile banking* atau biasa disebut *m-banking* merupakan suatu layanan perbankan yang diberikan pihak bank untuk mendukung kelancaran dan kemudahan kegiatan perbankan. Serta keefektifan dan keefisienan nasabah untuk melakukan berbagai transaksi. *M-banking* tidak akan berjalan jika tidak didukung oleh suatu alat sebagai media untuk melakukan *mobile banking*.

PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk menghadirkan aplikasi layanan perbankan BRI

*Mobile* yang diluncurkan pada sekitar tahun 2010 dan ditujukan khusus kepada para nasabahnya. Proses BRI *Mobile* sendiri muncul tidak hanya berhubungan dengan bank saja, namun teknologi ini juga bekerja sama dengan operator seluler. Bank BRI bekerja sama dengan tiga operator seluler GSM (*Global Standard for Mobile Communications*) terkemuka di Indonesia guna menunjang layanan BRI *Mobile* ini, yaitu PT. Exelcomindo Pratama, PT. Telkomsel, dan PT. Indosat, Tbk. Pembagian kerjanya, bank mengurus pendaftaran dan pengamanan dalam sistem transaksi, sedangkan operator seluler menangani *traffic SMS (Short Message Service)* antara nasabah dan bank.

Apabila dilihat dari segi kualitas dan fasilitas layanan BRI *Mobile*, kualitas dan fasilitas layanan sudah dapat memenuhi kebutuhan nasabah yang menggunakan layanan BRI *Mobile*. Namun menurut bagian pelayanan pihak bank BRI Kantor Cabang Palangkaraya, ada beberapa keluhan atau kekurangan yang dirasakan oleh nasabah sebagai pengguna dari layanan BRI *Mobile*, berikut keluhan atau kekurangan dari layanan BRI *Mobile*:

1. Kepercayaan nasabah untuk menggunakan layanan BRI *Mobile* masih kurang, hal ini dikarenakan pesan yang diterima dari bank tidak dienkripsi. Arti dienkripsi yaitu, informasi yang dapat dengan mudah dicuri saat sedang dikirim melalui operator seluler. Dalam hal lain dari kualitas layanan BRI *Mobile*, nasabah juga masih belum bisa mempercayai kualitas teknologi yang digunakan dalam layanan BRI *Mobile*.
2. Akurasi dari layanan BRI *Mobile* juga menjadi salah satu keluhan dari layanan BRI *Mobile*, dengan adanya layanan BRI *Mobile* nasabah mengharapkan adanya ketepatan pesan informasi yang diterima dari layanan ini. Nasabah masih menganggap bahwa layanan BRI *Mobile* masih belum akurat dalam memberikan informasi pencatatan transaksi finansial atau *non-finansial*.
3. Ketergantungan layanan BRI *Mobile* dengan operator seluler sangat berkaitan dengan performa kecepatan dari transaksi layanan. Hal ini dikarenakan, transaksi layanan BRI *Mobile* ini masih menggunakan fasilitas SMS dan ketersediaan jaringan. Apabila terjadi *blankspot* atau ketidakterdediaan jaringan, maka layanan BRI *Mobile* tidak bisa dilakukan. Sedangkan aplikasi layanan *SIMToolkit* yang berbasis *Java* belum melakukan *update* (pembaharuan), yang berpengaruh terhadap kecepatan dalam akses layanan BRI *Mobile*.

4. Keluhan terakhir yang disampaikan oleh nasabah yaitu resiko keamanan terbesar dalam layanan BRI *Mobile* adalah *non-dienkripsi* server penyedia layanan ponsel. Hal ini relatif sangat mudah bagi seorang *hacker* ahli untuk mendapatkan informasi *account* atau debit dan informasi kartu kredit dari pengguna. Jika *handphone* atau telepon genggam hilang atau dicuri, informasi yang tersimpan dalam pesan dapat digunakan dengan mudah oleh orang lain.

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dibahas maka dapat peneliti simpulkan bahwa dengan semakin meningkatnya jumlah penduduk setiap tahunnya di Kota Palangkaraya maka dapat disimpulkan penggunaan layanan BRI *Mobile* merupakan langkah tepat bagi para nasabah bank BRI Kantor Cabang Palangkaraya. Berbagai kemudahan bisa didapatkan dalam menggunakan layanan BRI *Mobile*, salah satunya yaitu nasabah tidak perlu datang langsung ke bank untuk melakukan transaksi perbankan yang sifatnya finansial maupun *non-finansial*. Apabila dilihat dari perangkat yang harus nasabah siapkan apabila ingin mendapatkan fasilitas layanan ini yaitu hanya membutuhkan sebuah perangkat *handphone* yang mendukung aplikasi BRI *Mobile* dan menggunakan operator seluler GSM. Oleh karena itu peneliti merasa tertarik untuk membuat suatu laporan penelitian skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Layanan BRI *Mobile* Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Kantor Cabang Palangkaraya, Kalimantan Tengah”**.

### 1.1 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan sebelumnya, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kualitas layanan BRI *Mobile* berdasarkan persepsi nasabah bank BRI Kantor Cabang Palangkaraya?
2. Bagaimana kepuasan nasabah bank BRI Kantor Cabang Palangkaraya yang menggunakan layanan BRI *Mobile*?
3. Sejauhmana pengaruh kualitas layanan BRI *Mobile* terhadap kepuasan nasabah bank BRI Kantor Cabang Palangkaraya?

### 1.2 Tujuan Penelitian

Suatu penelitian dilakukan tentunya memiliki beberapa tujuan. Adapun tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengkaji:

1. Kualitas layanan BRI *Mobile* berdasarkan persepsi nasabah bank BRI Kantor Cabang Palangkaraya.
2. Kepuasan nasabah bank BRI Kantor Cabang Palangkaraya yang menggunakan layanan BRI *Mobile*.
3. Pengaruh kualitas layanan BRI *Mobile* terhadap kepuasan nasabah bank BRI Kantor Cabang Palangkaraya.

## 2. KAJIAN PUSTAKA

### 2.1 Kualitas Layanan

Sedangkan Gummesson dalam Isfianti (2003:24) mengungkapkan bahwa kualitas layanan *mobile banking (m-banking)* menjadi empat bagian, yaitu:

1. *Speed*, yaitu kecepatan dan kemudahan nasabah dalam melakukan layanan *m-banking*.
2. *Security*, yaitu jaminan kerahasiaan dalam setiap layanan *m-banking*.
3. *Accuracy*, yaitu ketepatan dan keakuratan dalam memperoleh informasi mengenai *m-banking*.
4. *Trust*, yaitu kepercayaan nasabah terhadap bank dimana dilakukannya layanan *m-banking*.

### 2.2 M-BANKING

*Mobile Banking (m-banking)* merupakan proses transaksi yang dilakukan dengan menggunakan perangkat *mobile*. *Mobile Commerce (m-commerce)* merupakan subset dari *e-commerce* yang didefinisikan sebagai proses transaksi yang dilakukan secara elektronik, baik melalui internet, *smart card* maupun perangkat *mobile* melalui jaringan seluler. Menurut Nurastuti (2011:110) istilah *m-banking* dianggap berkaitan erat dengan pengertian fasilitas perbankan melalui komunikasi bergerak seperti *handphone*, dengan penyediaan fasilitas yang hampir sama dengan ATM kecuali mengambil uang *cash*. Hampir semua bank di Indonesia telah menyediakan fasilitas *m-banking* baik berupa *SIMtolkit* (Menu Layanan Data) maupun SMS *plain* (SMS manual) atau dikenal dengan istilah SMS *banking* (Nurastuti, 2011:110-111). Jika dilihat dari segi teknologi, *m-*

*banking* dibedakan menjadi empat tipe jasa layanan, yaitu:

1. Tipe pertama yaitu dengan menggunakan IVR (*Interactive Voice Response*) atau disebut *phone-banking*, karena nasabah harus menelepon untuk kemudian dipandu oleh pesan elektronik didalam memilih menu-menu transaksi lewat telepon.
2. Tipe kedua yaitu dengan menggunakan SMS (*Short Message Service*), layanan berbasis SMS dipadukan dengan *SIMtolkit* dan *sim card* masing-masing operator sehingga akses layanan bisa melalui menu, tidak perlu mengetik perintah melalui SMS.
3. Tipe ketiga yaitu dengan menggunakan WAP (*Wireless Access Protocol*), layanan ini merupakan layanan *m-banking* yang mereplika atau meniru *i-banking* ke dalam sebuah ponsel yang didukung oleh teknologi WAP. Layanan yang disediakan mirip dengan *i-banking* hanya saja tampilannya lebih sederhana sehingga dapat ditampilkan pada layar *handphone*.
4. Dan tipe yang terakhir yaitu tipe keempat yaitu dengan menggunakan aplikasi pihak ketiga, misalnya dengan menggunakan aplikasi berbasis *Java*, yaitu aplikasi yang mampu menghubungkan *handphone* berteknologi *Java* dengan pihak bank melalui layanan data.

**2.3 KEPUASAN KONSUMEN**

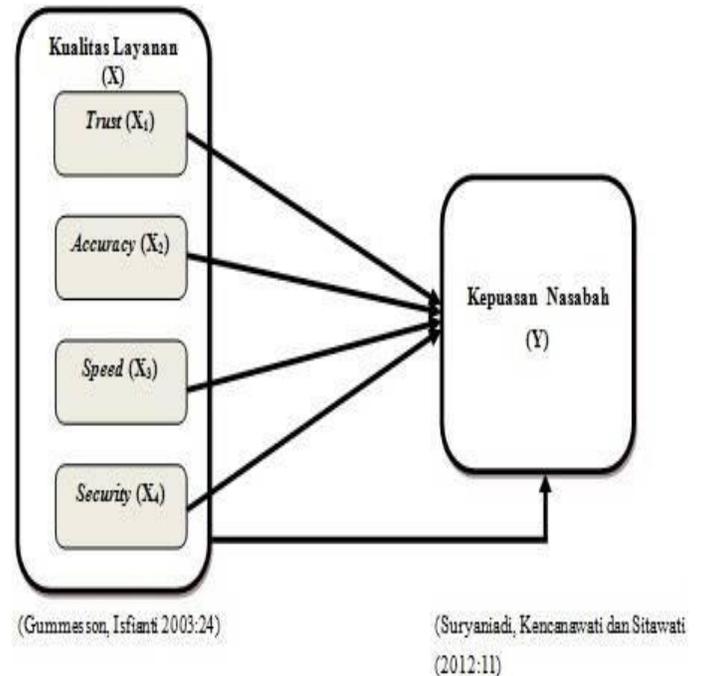
Kepuasan konsumen merupakan sasaran dan faktor utama dalam menentukan kesuksesan perusahaan. Perusahaan yang ingin berhasil harus dapat mengetahui sejauh mana tingkat kepuasan konsumen mereka terhadap produk yang ditawarkan. Menurut Suryaniadi, Kencanawati dan Sitawati (2012:118) kepuasan konsumen merupakan hasil yang baik dimana konsumen merasa puas terhadap produk atau jasa dikarenakan produk atau jasa tersebut memberikan hasil yang melebihi harapan, ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan konsumen. Berdasarkan Suryaniadi, Kencanawati dan Sitawati (2012:118) kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dengan harganya. Menurut Windarti (2012:2) kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Kepuasan konsumen dapat

diartikan sebagai hasil akumulasi dari konsumen atau konsumen dalam menggunakan produk atau jasa.

Dengan mengkaji beberapa definisi dan pengertian dari pendapat para ahli mengenai kepuasan konsumen, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau tidak senang, puas atau tidak puas setelah mereka mengevaluasi kinerja yang dirasakannya dan mengevaluasi apakah harapannya sudah terpenuhi.

**2.4 KERANGKA PEMIKIRAN**

Kerangka pemikiran ini merupakan pedoman dalam melakukan penelitian ini. Untuk menggambarkan kerangka pemikiran yang digunakan dalam penelitian ini sebagai acuan untuk menentukan langkah-langkah yang sistematis yang bertujuan agar pembahasan tahap pertama menjadi dasar untuk pembahasan tahap berikutnya, dapat dilihat sebagai berikut:



**Gambar 1 Kerangka Pemikiran**

### 3. METODOLOGI PENELITIAN

Jenis penelitian yang akan digunakan dalam

penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, dimana peneliti kuantitatif dalam melihat hubungan variabel terhadap objek yang diteliti lebih bersifat sebab dan akibat (kausal), sehingga dalam penelitiannya ada variabel independen dan variabel dependen. Dari variabel tersebut selanjutnya dicari seberapa besar

pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Sugiyono, 2011:23).

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling*. Dalam penelitian ini, teknik *nonprobability sampling* yang digunakan adalah *incidental sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan siapa saja yang secara kebetulan atau insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel yaitu dengan *incidental sampling*, karena data populasi (*population frame*) responden tidak dapat diberikan oleh pihak bank BRI Kantor Cabang Palangkaraya karena pertimbangan kerahasiaan nasabah. Mengingat data populasi tidak dapat diketahui secara pasti maka penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Bernoulli dan diperoleh sampel berjumlah 100 orang.

Data penelitian berupa data primer dan data sekunder. Dalam hal ini data primer adalah data tanggapan langsung dari nasabah, melalui pengisian kuesioner yang diberikan pada responden mengenai pengaruh faktor *trust* (kepercayaan), *accuracy* (akurasi), *speed* (kecepatan), dan *security* (keamanan) dari layanan BRI *Mobile* terhadap kepuasan nasabah

bank BRI Kantor Cabang Palangkaraya. Sedangkan data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau dokumen, studi

kepustakaan dan mengenai hal-hal yang berkaitan dengan masalah penelitian.

Dalam melakukan analisis dan pengujian hipotesis sehubungan dengan permasalahan dalam penelitian ini, maka penulis menggunakan alat analisis regresi berganda. Sedangkan untuk menilai tanggapan konsumen mengenai indikator-indikator di atas, maka penulis menggunakan jawaban yang diberi skor sebagai berikut :

- a. Skor 1 untuk jawaban Sangat Tidak Setuju (STS).
- b. Skor 2 untuk jawaban Tidak Setuju (TS).
- c. Skor 3 untuk jawaban Cukup (C).

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Dimana : Y = Kepuasan Nasabah  
 $X_1$  = *Trust*  
 $X_2$  = *Accuracy*  
 $X_3$  = *Speed*  
 $X_4$  = *Security*

#### 3.1 Uji Signifikan Parsial atau Individual (Uji t)

Menurut Sugiyono (2011:223) formula uji t adalah sebagai berikut :

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan :

r = Koefisien regresi  
n = Jumlah responden  
t = Uji hipotesis

Dalam Penelitian ini, dasar pengambilan keputusan untuk menentukan hipotesis adalah berdasarkan uji t, yaitu :

Jika statistik t hitung  $\leq$  t tabel, maka  $H_0$  diterima  $H_1$  ditolak.

Jika statistik t hitung  $\geq$  t tabel, maka  $H_0$  ditolak  $H_1$  diterima.

#### 3.2 Uji Signifikasi Simultan (Uji - F)

Menurut Sugiyono (2011:250) formula uji statistik F adalah sebagai berikut:

$$F = \frac{R^2(k-1)}{(1-R^2)/(N-k)}$$

$F_{hitung} =$

Keterangan :

F = Harga F

d. Skor 4 untuk jawaban Setuju (S).

e. Skor 5 untuk jawaban Sangat Setuju (SS).

Analisis regresi berganda seperti yang dikutip dalam

Umar Husein (2011:126), yaitu:

R = Koefisien korelasi ganda  
k = Banyaknya variabel bebas n =  
Ukuran sampel

Dalam penelitian ini, dasar pengambilan keputusan, untuk menentukan hipotesis adalah berdasarkan uji F, yaitu :

Jika statistik f hitung < f tabel, maka  $H_0$  diterima  
Jika statistik f hitung > f tabel, maka  $H_0$  ditolak

### 3.3 Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Koefisien determinasi berganda adalah salah satu alat analisis yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar hubungan dari beberapa variabel dalam pengertian yang lebih jelas.

$$R^2 = r^2 \times 100\%$$

Dimana :

KP = Nilai Koefisien Determinasi  
 r<sup>2</sup> = Nilai Koefisien determinasi

## 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Karakteristik Responden

Pada bab ini peneliti Pada bab ini peneliti menguraikan dan menganalisis data yang diperoleh dari hasil penelitian. Sebelum menerangkan hasil penelitian, maka berikut ini peneliti menyajikan profil responden dalam bentuk *pie chart* nasabah Bank BRI Kantor Cabang Palangkaraya yang menggunakan layanan BRI *Mobile*. *Pie chart* tersebut berdasarkan operator telepon seluler, usia, jenis kelamin, profesi/pekerjaan, dan intensitas penggunaan BRI *Mobile* dalam waktu satu minggu. Berdasarkan jumlah responden dalam penelitian ini adalah 100 responden, maka kuesioner yang disebarkan peneliti kepada responden adalah 100, dan 100 responden tersebut sudah menjawab atau memberikan pernyataan dalam kuesioner yang sudah diberikan.

Tabel 1 Karakteristik Responden

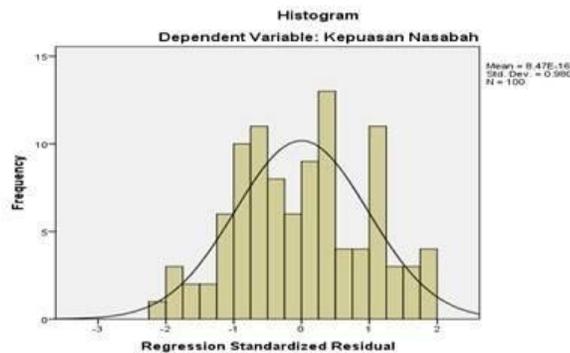
Nomor	Karakteristik Responden	Persentase (%)	Keterangan
1	Operator Telepon Seluler	35%	Telkomsel
2	Usia	33%	25-34 Tahun
3	Jenis Kelamin	60%	Wanita
4	Profesi/Pekerjaan	30%	Pelajar/Mahasiswa
5	Intensitas Penggunaan BRI <i>Mobile</i>	48%	4-6 Kali

### 4.2 Hasil Analisis Deskriptif

Tabel 2 Hasil Analisis Deskriptif

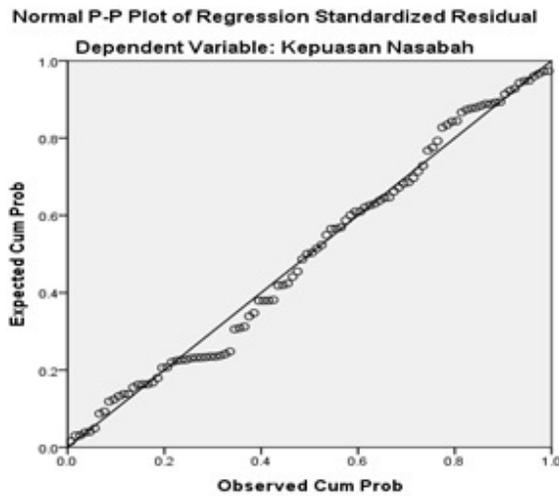
Butir Pertanyaan	Skor Total/Persentase	Kategori
1	401/80,2%	Baik
2	415/83%	Baik
3	411/82,2%	Baik
4	419/83,8%	Baik
5	418/83,6%	Baik
6	426/85,2%	Sangat Baik
7	420/84%	Sangat Baik
8	412/82,4%	Baik
9	422/84,4%	Sangat Baik
10	413/82,6%	Baik
11	428/85,6%	Sangat Baik
12	403/80,6%	Baik
13	403/80,6%	Baik
14	417/83,4%	Baik
15	424/84,8%	Sangat Baik
16	423/84,6%	Sangat Baik
17	389/77,8%	Baik
18	418/83,6%	Baik
19	415/83%	Baik

### 4.3 Hasil Uji Asumsi Klasik Normalitas



Gambar 2 Histogram

Gambar 2 memberikan interpretasi bahwa grafik histogram memiliki distribusi normal dapat dilihat dari grafik tersebut yang membentuk pola lonceng atau tidak miring ke kanan atau ke kiri.



**Gambar 3 Grafik Normal P-Plot of Regression Standarized Residual**

Gambar 3 menunjukkan bahwa data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal.

**4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik Multikolinieritas**

**Tabel 3 Hasil Uji Asumsi Klasik Multikolinieritas**

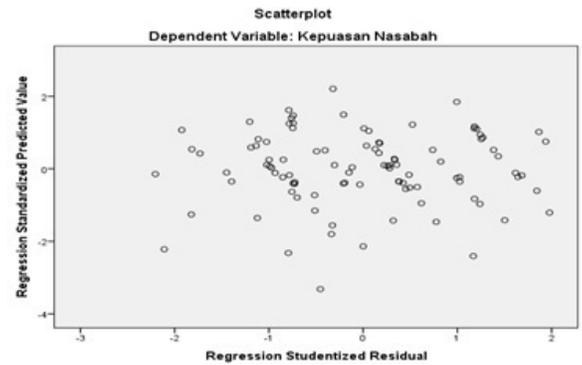
Model	Colinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Trust (x1)	.907	1.102
Accuracy (x2)	.951	1.051
Speed (x3)	.950	1.052
Security (x4)	.984	1.016

a. Dependent Variable: kepuasan nasabah

Pedoman suatu model regresi yaitu bebas multikolinieritas adalah dengan melihat *Variance Inflation Factor* (VIF) < 10, dan jika VIF > 10 maka variabel memiliki masalah multikolinieritas. Jika Tolerance > 0,1 maka variabel tidak memiliki masalah multikolinieritas dan jika Tolerance < 0,1 maka variabel memiliki masalah multikolinieritas.

Pada tabel 3 dapat dilihat bahwa nilai VIF < 10 dan Tolerance > 0,1 berarti tidak ditemukan masalah multikolinieritas dalam penelitian ini.

**4.5 Hasil Uji Asumsi Klasik Heteroskedastisitas**



**Gambar 4 Scatter Plot Hasil Uji Asumsi Klasik Heteroskedastisitas**

Pada gambar 4 dapat dilihat bahwa diagram pencar tidak membentuk pola tertentu maka regresi tidak mengalami gangguan heteroskedastisitas.

**4.6 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

Untuk melakukan analisis regresi berganda, data mentah dari kuesioner yang masih dalam skala ordinal tersebut ditransformasikan ke dalam skala interval dengan menggunakan MSI (*Method Successive Interval*). Adapun alat bantu yang digunakan untuk melakukan analisis faktor adalah dengan menggunakan *Windows SPSS 20.0*. Berikut akan diuraikan satu persatu berdasarkan output hasil perhitungan SPSS 20.0.

Untuk membuktikan hipotesis dalam penelitian ini dan untuk mengetahui pengaruh dari variabel bauran pemasaran jasa (X) yang terdiri dari (*trust, accuracy, speed* dan *security*) terhadap kepuasan nasabah (Y) adalah sebagai berikut:

$$Y = 1,154 + 0,052X_1 + 0,188X_2 + 0,118X_3 + 0,249X_4 + \epsilon$$

**4.7 Hasil Analisis Secara Parsial (Uji t)**

Kriteria pengambilan keputusan adalah:

- 1)  $H_1$  ditolak, jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$  (Tidak Berpengaruh)
- 2)  $H_1$  diterima, jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$  (Berpengaruh)

**Tabel 4 Pengujian Hipotesis Trust (Uji t)**

Pengujian Hipotesis Trust (Uji t)

Variabel	t hitung	Df	t tabel	Sig	Keterangan	Kesimpulan
X <sub>1</sub>	0,548	95	1,661	0,585	H <sub>1</sub> ditolak	Tidak Berpengaruh dan Tidak Signifikan

Nilai  $t_{hitung}$  (0,548) <  $t_{tabel}$  (1,661) dan nilai signifikan (0,585 > 0,05), maka  $H_1$  ditolak. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa secara parsial *trust* (X<sub>1</sub>) tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

**Tabel 5 Pengujian Hipotesis Accuracy (Uji t)**

Pengujian Hipotesis Accuracy (Uji t)

Variabel	t hitung	Df	t tabel	Sig	Keterangan	Kesimpulan
X <sub>2</sub>	1,740	95	1,661	0,085	H <sub>1</sub> diterima	Berpengaruh Tetapi Tidak Signifikan

Nilai  $t_{hitung}$  (1,740) >  $t_{tabel}$  (1,661) dan nilai signifikan (0,085 > 0,05), maka  $H_1$  diterima. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa secara parsial *accuracy* (X<sub>2</sub>) berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah.

**Tabel 6 Pengujian Hipotesis Speed (Uji t)**

Pengujian Hipotesis Speed (Uji t)

Variabel	t hitung	Df	t tabel	Sig	Keterangan	Kesimpulan
X <sub>3</sub>	1,213	95	1,661	0,228	H <sub>1</sub> ditolak	Tidak Berpengaruh dan Tidak Signifikan

Nilai  $t_{hitung}$  (1,213) <  $t_{tabel}$  (1,661) dan nilai signifikan (0,228 > 0,05), maka  $H_1$  ditolak. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa secara parsial *speed* (X<sub>3</sub>) tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

**Tabel 7 Pengujian Hipotesis Security (Uji t)**

Pengujian Hipotesis Security (Uji t)

Variabel	t hitung	Df	t tabel	Sig	Keterangan	Kesimpulan
X <sub>4</sub>	2,228	95	1,661	0,028	H <sub>1</sub> diterima	Berpengaruh dan Signifikan

Nilai  $t_{hitung}$  (2,228) >  $t_{tabel}$  (1,661) dan nilai signifikan (0,028 < 0,05), maka  $H_1$  diterima. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh dan signifikan dari *security* (X<sub>4</sub>) terhadap kepuasan nasabah.

**4.8 Hasil Analisis Uji Signifikansi Simultan (Uji F)**

**Tabel 8 Hasil Uji F**

Hasil Uji F

ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	2.662	4	.665	2.925	.025 <sup>b</sup>
1 Residual	21.608	95	.227		
Total	24.269	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Pada Tabel di atas dapat dilihat  $F_{hitung}$  adalah 2,925 dengan tingkat signifikansi 0,025. Oleh karena itu, pada kedua perhitungan yaitu  $F_{hitung} > F_{tabel}$  (2,925 > 2,310) dan tingkat signifikansinya 0,025 < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa  $H_1$  diterima, yang artinya variabel bebas, yang terdiri dari *Trust*, *Accuracy*, *Speed* dan *Security* secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat (kepuasan nasabah).

4.3 Hasil Uji Koefisien Determinan (R<sup>2</sup>)

Tabel 9 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Tabel Uji Koefisien Determinasi  
Model Summary<sup>a</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.331 <sup>a</sup>	.110	.072	.477

a. Predictors: (Constant), Security (x4), Speed (x3), Accuracy (x2), Trust (x1)

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Dapat dilihat bahwa R sebesar 0,331 dan R square (R<sup>2</sup>) adalah 0,110. Angka tersebut menunjukkan koefisien determinasi (KD) sebesar 11%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel bebas yang terdiri dari *trust*, *accuracy*, *speed*, dan *security* terhadap variabel terikat kepuasan nasabah sebesar 11% sedangkan sisanya 89% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, dapat ditarik beberapa kesimpulan yang dapat memberikan jawaban terhadap rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

- a. Kualitas layanan BRI *Mobile* berdasarkan persepsi nasabah bank BRI Kantor Cabang Palangkaraya sudah sangat baik apabila dilihat dari posisi kualitas layanan sebagai variabel X pada garis kontinum sebesar 84,68%. Artinya, keempat sub variabel kualitas layanan sudah sangat baik.
- b. Kepuasan nasabah bank BRI Kantor Cabang Palangkaraya yang menggunakan layanan BRI *Mobile* sudah cukup baik apabila dilihat dari posisi kepuasan nasabah sebagai variabel Y pada garis kontinum sebesar 82,25%. Artinya tingkat kepuasan nasabah bank BRI Kantor Cabang Palangkaraya yang menggunakan layanan BRI *Mobile* Baik.

- c. Pengaruh kualitas layanan BRI *Mobile* terhadap kepuasan nasabah Bank BRI Kantor Cabang Palangkaraya apabila dilihat secara parsial dari segi kualitas layanan *trust* dan *speed* tidak berpengaruh karena masing-masing nilai  $t_{hitung} < \text{nilai } t_{tabel}$  dan nilai signifikan lebih besar dari 0,05 sehingga H<sub>1</sub> ditolak dan dapat disimpulkan bahwa secara parsial kualitas layanan *trust* dan *speed* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan pengaruh kualitas layanan BRI *Mobile* terhadap kepuasan nasabah Bank BRI Kantor Cabang Palangkaraya apabila dilihat secara parsial dari segi kualitas layanan *accuracy* berpengaruh tetapi tidak signifikan karena nilai  $t_{hitung} > \text{nilai } t_{tabel}$  dan nilai signifikan lebih besar dari 0,05 sehingga H<sub>1</sub> diterima dan dapat disimpulkan bahwa secara parsial kualitas layanan *accuracy* berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah. Pengaruh kualitas layanan BRI *Mobile* terhadap kepuasan nasabah Bank BRI Kantor Cabang Palangkaraya apabila dilihat secara parsial dari segi kualitas layanan *security* berpengaruh dan signifikan karena nilai  $t_{hitung} > \text{nilai } t_{tabel}$  dan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 sehingga H<sub>1</sub> diterima dan dapat disimpulkan bahwa secara parsial kualitas layanan *security* berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Secara simultan pengaruh kualitas layanan berkontribusi secara positif terhadap kepuasan nasabah apabila dilihat dari analisis deskriptif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini ditunjukkan oleh nilai  $F_{hitung} > \text{nilai } F_{tabel}$  (2,925 > 2,310) dan tingkat signifikansinya 0,025 < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa H<sub>1</sub> diterima, yang artinya variabel bebas, yang terdiri dari *trust*, *accuracy*, *speed*, dan *security* secara bersama-sama atau simultan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat (kepuasan nasabah).

## 5.2 Saran

### a. Aspek Teoritis

Tanggapan responden yang baik mengenai kualitas layanan BRI *Mobile* pada bank BRI Kantor Cabang Palangkaraya harus dipertahankan dan ditingkatkan oleh bank BRI dalam rangka meningkatkan kepuasan nasabah dengan cara memperhatikan keempat variabel kualitas layanan yaitu *trust*, *accuracy*, *speed*, dan *security* yang masing-masing berkontribusi secara positif terhadap kepuasan nasabah apabila dilihat dari analisis deskriptif dan memiliki nilai kontribusi dalam garis kontinum yang tergolong Baik. Pihak bank BRI harus meningkatkan *real time maintenance management* untuk memuaskan nasabah dalam keakuratan dan kredibilitas dari layanan BRI *Mobile*, pihak bank BRI juga harus meningkatkan kapasitas jaringan operator seluler untuk memuaskan nasabah atas kecepatan transaksi BRI *Mobile*, dan pihak bank BRI harus meningkatkan *layer* (lapisan) pengamanan untuk dapat *log in* ke BRI *Mobile* untuk meningkatkan kepuasan nasabah atas keamanan dari layanan BRI *Mobile*.

### b. Aspek Teoritis

Penelitian ini bisa digunakan sebagai referensi kepada para peneliti selanjutnya dan karena penelitian ini hanya dibatasi pada pengaruh kualitas layanan yang terdiri dari *trust*, *accuracy*, *speed*, dan *security* terhadap kepuasan nasabah yang menggunakan layanan BRI *Mobile* pada bank BRI Kantor Cabang Palangkaraya. Maka peneliti menyarankan kepada penelitian lanjutan untuk mengembangkan pada faktor lain di luar kualitas layanan mobile yang juga mempunyai pengaruh dalam kepuasan nasabah yang menggunakan layanan BRI *Mobile* pada bank BRI Kantor Cabang Palangkaraya seperti kualitas layanan jasa (*service quality*) TERRA (*Tangible*, *Empathy*, *Responsiveness*, *Reliability*, dan *Accuracy*). Sehingga diharapkan hasil penelitian tersebut dapat lebih menambah dan melengkapi khazanah keilmuan di bidang kualitas layanan dan

tentunya bermanfaat bagi penyedia layanan BRI *Mobile* yaitu bank BRI.

## DAFTAR PUSTAKA

- Nurastuti, Wiji. (2012). *Teknologi Perbankan*. Surabaya: Graha Ilmu.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Jakarta: Alfabeta.
- Sugiyono.(2012). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Turban, Efraim & David King, Jae Lee, Ting-Peng Liang, Deborrah Turban. (2012). *Electronic Commerce 2012, A Managerial and Social Networks Perspective, Seventh Edition*. Yogyakarta: Andi.
- Umar, Husein (2013). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Edisi 2). Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Yahya, Arif. (2012). *Paradox Marketing*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.