

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN MOBILE BANKING
TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA
PT. BANK NEGARA INDONESIA (BNI)
CABANG MAKASSAR**

SKRIPSI



**NIRMALA SARIDEVI
105721144418**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
MAKASSAR
2023**

KARYA TUGAS AKHIR MAHASISWA

JUDUL PENELITIAN:

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN MOBILE BANKING
TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA
PT. BANK NEGARA INDONESIA (BNI)
CABANG MAKASSAR**

SKRIPSI

DI SUSUN OLEH :

NIRMALA SARIDEVI

NIM : 105721144418

*Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan
Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar*

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
MAKASSAR**

2023

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

**Sesungguhnya beserta kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari suatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (untuk urusan yang lain) dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap.
(Q.S Al-Insyirah: 6-8)**

PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Allah SWT atas Ridho-Nya sehinggaskripsi ini telah terselesaikan dengan baik. Alhamdulillah Rabbil'alam

Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang tua tercinta beserta orang-orang yang saya sayang dan almamaterku

PESAN DAN KESAN

Untuk diri ini dan teman-teman yang sedang menjalankan kuliah tetap semangat dan semoga kedepannya kita semua bisa lebih baik lagi, percaya tidak ada yang tidak mungkin asalkan setiap langkah dan tindakan selalu melibatkan ALLAH SWT.



PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR



HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Penelitian : Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Negara Indonesia (BNI) Cabang Makassar

Nama Mahasiswa : Nirmala Saridevi

No.Stambuk/ NIM : 105721144418

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Makassar

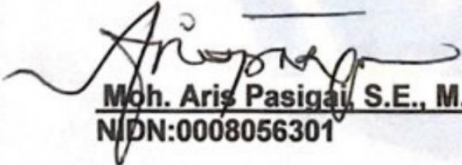
Menyatakan bahwa skripsi ini telah diteliti, diperiksa, dan diujikan didepan panitia Penguji skripsi strata satu (S1) pada tanggal 31 Agustus 2023 di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

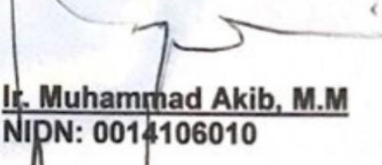
Makassar, 6 September 2023

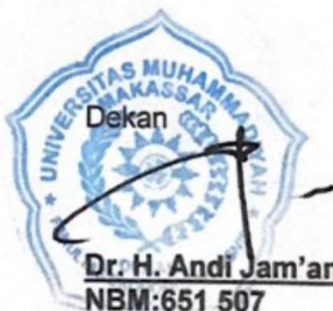
Menyetujui,

Pembimbing I

Pembimbing II

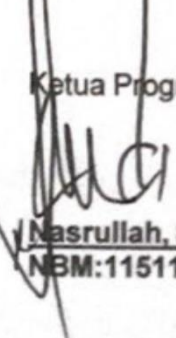

Moh. Aris Pasigal, S.E., M.M
NIDN:0008056301


Ir. Muhammad Akib, M.M
NIDN: 0014106010



Mengetahui,

Ketua Program Studi


Nasrullah, SE., M.M
NBM:1151132



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**



HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi atas Nama: **Nirmala Saridevi**, Nim: 105721144418 diterima dan disahkan oleh Panitia Ujian Skripsi berdasarkan Surat Keputusan Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar Nomor : 0006/SK-Y61201/091004/2023 M, Tanggal 14 Shafar 1445 H /31 Agustus 2023 M. Sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar **SARJANA MANAJEMEN** pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 22 Shafar 1445 H
31 Agustus 2023 M

- PANITIA UJIAN*
1. Pengawas Umum : Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag
(Rektor Unismuh Makassar)
 2. Ketua : Dr. H. Andi Jam'an, S.E., M.Si.
(Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
 3. Sekretaris : Agusdiwana Suarni, S.E., M.Acc.
(Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
 4. Penguji : 1. Moh. Aris Pasigai, S.E., M.M
2. Nasrullah, S.E., M.M
3. Agusdiwana Suarni, S.E., M.Acc
4. Mira, S.E., M.Ak

Disahkan Oleh,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Makassar



Dr. H. Andi Jam'an, S.E., M.Si.
NBM:651 507



PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

Jl. Sultan Alauddin No. 295 Gedung Iqra Lt.7 Tel. (0411) 866972 Makassar

لما جرحه
SURAT PERNYATAAN KEABSAHAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nirmala Saridevi
Stambuk : 105721144418
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Negara Indonesia (BNI) Cabang Makassar

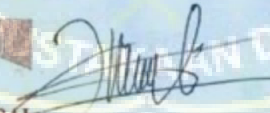
Dengan ini menyatakan bahwa:

Skripsi yang saya ajukan di depan Tim Penguji adalah ASLI hasil karya sendiri, bukan hasil jiplakan dan tidak dibuat oleh siapa


Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan saya bersedia menerima sanksi apabila pernyataan ini tidak benar.

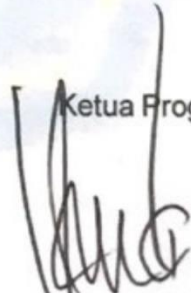
Makassar, 6 September 2023

Yang Membuat Pernyataan,


Nirmala Saridevi
NIM : 105721144418

Diketahui Oleh:


Dekan
Dr. H. Andi Jam'an, S.E., M.Si.
NBM:651 507


Ketua Program Studi
Nasrullah, SE., MM.
NBM:1151132

**HALAMAN PERNYATAAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR**

Sebagai sivitas akademik Universitas Muhammadiyah Makassar, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nirmala Saridevi
NIM : 105721144418
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Makassar **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Nonexclusive Royalty Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Negara Indonesia (BNI) Cabang Makassar

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Makassar berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Makassar, 6 September 2023

Yang Membuat Pernyataan,



Nirmala Saridevi
NIM : 105721144418

ABSTRAK

Nirmala Saridevi, 2023. Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Negara Indonesia (BNI) Cabang Makassar. Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh Pembimbing I Moh Aris Pasigai dan Pembimbing II Muhammad Akib

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan mobile banking terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Negara Indonesia (BNI) Cabang Makassar. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan sampel sebanyak 85 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik kuesioner. Teknik analisis data menggunakan uji regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Negara Indonesia (BNI) Cabang Makassar.

Kata Kunci: Kualitas Layanan dan Kepuasan Nasabah



ABSTRACT

Nirmala Saridevi, 2023. The Influence of Mobile Banking Service Quality on Customer Satisfaction at PT. Bank Negara Indonesia (BNI) Makassar Branch. Thesis Management Study Program, Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Makassar. Supervised by Advisor I Moh Aris Pasigai and Advisor II Muhammad Akib

This study aims to determine the effect of mobile banking service quality on customer satisfaction at PT. Bank Negara Indonesia (BNI) Makassar Branch. The type of research used in this research is quantitative with a sample of 85 respondents. Data collection techniques using questionnaire techniques. The data analysis technique uses a simple linear regression test. The results showed that service quality had a positive and significant effect on customer satisfaction at PT. Bank Negara Indonesia (BNI) Makassar Branch.

Keywords: Service Quality and Customer Satisfaction



KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji dan Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah yang tiada henti diberikan kepada hamba-Nya. Shalawat dan salam tak lupa penulis kirimkan kepada Rasulullah Muhammad SAW beserta para keluarga, sahabat, dan para pengikutnya. Merupakan nikmat yang tiada ternilai manakala penulisan skripsi yang berjudul “pengaruh kualitas layanan mobile banking Terhadap kepuasan nasabah pada Pt. Bank negara indonesia (bni) Cabang makassar

Skripsi yang penulis buat ini bertujuan untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar

Teristimewa dan terutama penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada kedua orang tua Bapak Idiamin Sartian Umat Dan Ibu Darmawati yang senantiasa memberi harapan, semangat, perhatian, kasih sayang dan doa tulus. Dan saudara-saudaraku tercinta yang senantiasa mendukung dan memberi semangat hingga akhir studi ini. Dan seluruh keluarga besar atas segala pengorbanan, serta dukungan baik materi maupun moral, dan doa restu yang telah diberikan demi keberhasilan penulis dalam menuntut ilmu. Semoga apa yang telah mereka berikan kepada penulis menjadi ibadah dan cahaya penerang kehidupan di dunia dan di akhirat.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Begitu pula

penghargaan yang setinggi-tingginya dan terima kasih banyak disampaikan dengan hormat kepada:

1. Bapak Prof.Dr.H.Ambo Asse, M.Ag selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar.
2. Bapak H. Andi Jam'an,S.E.,M.Si , selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. Bapak Nasrullah, SE., MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar.
4. Bapak Moh. Aris Pasigai,S.E.,M.M selaku pembimbing I yang senantiasa meluangkan waktunya membimbing dan mengarahkan penulis, sehingga Skripsi selesai dengan baik.
5. Bapak Ir. Muhammad Akib M.M. selaku pembimbing II yang telah berkenaan membantu selama dalam penyusunan skripsi hingga ujian skripsi.
6. Bapak/Ibu dan Asisten/Konsultan Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar yang tak kenal lelah banyak menuangkan ilmunya kepada penulis selama mengikuti kuliah.
7. Segenap Staf dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen.
8. Kepada pimpinan PT. Bank Negara Indonesia (BNI) dan seluruh stafnya yang telah mengizinkan saya menjalan tugas akhir saya di perusahaannya.
9. Untuk kedua orang tua saya Ibu Yuliana P. S.E. dan ayah saya Aryanto, yang selama ini selalu memberikan semangat dan do`anya sehingga saya bisa sampai pada titik ini,
10. Rekan-rekan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi

Manajemen Angkatan 2018 yang selalu belajar bersama yang tidak sedikit bantuannya dan dorongan dalam aktivitas studi penulis skripsi saya.

11. Terima kasih teruntuk segenap rangkaian *keyboard* yang selalu setia menemani hingga Skripsi ini selesai.

Akhirnya, sungguh penulis sangat menyadari bahwa Skripsi ini masih sangat jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kepada semua pihak utamanya para pembaca yang budiman, penulis senantiasa mengharapkan saran dan kritiknya demi kesempurnaan Skripsi ini.

Mudah-mudahan Skripsi yang sederhana ini dapat bermanfaat bagi semua pihak utamanya kepada Almamater tercinta Kampus Biru Universitas Muhammadiyah Makassar.

Nashrun min Allahu wa Fathun Karien, Billahi fii Sabilil Haq, Fastabiqul Khairat,
Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Makassar, 26 April 2023

Penulis

NIRMALA SARIDEVI

DAFTAR ISI

SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
SURAT PERNYATAAN KEABSAHAN	vi
HALAMAN PERNYATAAN	vii
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	4
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	6
A. Tinjauan Teori.....	6
1. Konsep Pemasaran	6
2. Kualitas Layanan Mobile Banking	8
3. Pengertian Mobile Banking.....	12

4. Kepuasan Nasabah	13
5. Hubungan antara Kualitas Layanan dengan Kepuasan Nasabah	19
B. Penelitian Terdahulu	24
C. Kerangka Pikir.....	33
D. Hipotesis	34
BAB III METODE PENELITIAN.....	35
A. Jenis Penelitian	35
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	35
C. Jenis dan Sumber Data.....	36
D. Populasi dan Sampel	36
E. Metode Pengumpulan Data.....	37
F. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	38
G. Metode Analisis Data	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	44
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	44
B. Hasil Penelitian	58
C. Pembahasan	65
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	67
A. Kesimpulan	67
B. Saran	67

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	38
Tabel 3.2 Pengukuran Instrumen Menggunakan Skala Likert	41
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia	59
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pendidikan Trakhir	59
Tabel 4.4 Distribusi Jawaban Responden Variabel Kualitas Layanan.....	60
Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Responden Variabel Kepuasan Nasabah	61
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas.....	62
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan	62
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Nasabah	63
Tabel 4.9 Hasil Regresi Linear Sederhana.....	63
Tabel 4.10 Hasil Uji t.....	64
Tabel 4.11 Hasil Analisis Koefisien Determinasi	65

DAFTAR GAMBAR

2.1 Kerangka Pikir.....	34
4.1 Sturktur Organisasi PT.Bank Negara Indonesia (Persero)	48



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada era globalisasi saat ini, produk atau jasa kini bersaing dalam satu pasar yang semakin banyak dan beragam, sehingga terjadilah persaingan antar produsen untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen serta memberikan kepuasan kepada pelanggan secara maksimal. Perkembangan teknologi informasi dan internet merupakan salah satu cara perbankan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Salah satu fasilitas yang dilakukan dengan self service adalah layanan mobile banking. Mobile banking merupakan layanan yang memungkinkan nasabah bank melakukan transaksi perbankan melalui ponsel/smartphone. Dengan mobile banking nasabah bisa melakukan berbagai transaksi keuangan layaknya transaksi di ATM. Mulai dari transfer, isi pulsa, token listrik, hingga lainnya.

Kualitas layanan merupakan kunci dari kepuasan nasabah. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi pelanggan, maka nasabah akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi pelanggan maka pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi pelanggan maka pelanggan akan sangat puas dan senang (Kotler & Keller, 2009).

Berdasarkan survey yang dilakukan SharingVision, pengguna Mobile Banking/SMS Banking mencapai kurang lebih 21,86 juta pengguna, maka tidak dapat terelakkan bahwa perilaku konsumen banyak berubah dalam melakukan transaksi. Belum lagi, dengan adanya keterbatasan pada system

yang menyebabkan system eror sehingga system pelayanan menjadi offline lebih cepat dan efektif serta dilakukan di mana pun dan kapan pun selama 24 jam, sehingga nasabah tidak lagi repot-repot mengantri di depan teller saat hendak melakukan transaksi. Nasabah dapat dilayani dimana saja, nasabah juga dapat bertransaksi di mana saja.

Sejak dioperasikan Mobile Banking maka para nasabah saat ini memiliki pilihan dalam melakukan transaksi. Dalam system Mobile Banking, transaksi perbankan akan berlangsung dalam dunia maya (cyber) dan dilakukan oleh pelaku bisnis tanpa layanan dari petugas bank. Konsumen sangat mengedepankan aspek kemudahan, efektifitas, efisiensi, dan kesederhanaan.

Berdasarkan penelitian terdahulu dari pernyataan yang dikemukakan oleh Gummesson dan Lovelock (2004) tersebut menunjukkan bahwa elemen dari kualitas layanan yang terdiri speed, security, accuracy, dan trust; merupakan hal penting yang perlu dianalisis dan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan Nurastuti (2011) dan Mallat et al.(2004) menyatakan bahwa layanan m-banking ditujukan untuk memberikan kemudahan, keamanan, keakurasian, dan kepercayaan kepada nasabah dalam melakukan transaksi perbankan dan merupakan bentuk layanan yang bertujuan meningkatkan kepuasan nasabah atas layanan yang diberikan oleh pihak bank.

Elemen kualitas layanan speed dapat memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi dengan lebih cepat sehingga meningkatkan kepuasan nasabah terhadap kecepatan dan kemudahan bertransaksi (kepuasan dan kecepatan). Elemen kualitas layanan security dapat menjamin kerahasiaan data transaksi dan data nasabah sehingga nasabah mereka merasa puas

atas jaminan keamanan menggunakan fasilitas m-banking (kepuasan atas keamanan). Elemen kualitas layanan accuracy dapat memberikan informasi data transaksi dan data keuangan nasabah secara akurat sehingga nasabah merasa puas atas tingkay keakurasian layanan m-banking (kepuasan atas akurasi). Elemen kualitas layanan trust dapat memberikan kepercayaan nasabah atas kreabilitas layanan m-banking yang diberikan oleh pihak bank sehingga nasabah akan percaya atas layanan m-banking (kepuasan atas kepercayaan).

Layanan SMS Banking adalah transaksi perbankan yang dapat dilakukan dimanapun dengan menggunakan ponsel anda. SMS Banking merupakan fasilitas layanan perbankan yang memudahkan isi ulang pulsa, transfer hingga bayar tagihan kartu kredit semudah anda mengirim sms kepada sahabat, keluarga, atupun orang terdekat anda. Perangkat komunikasi merupakan salah satu contoh dari perkembangan teknologi yang dapat saat ini juga dimanfaatkan oleh sector perbankan. Para nasabah dapat melakukan transaksi dan layanan perbankan lainnya, kapan dan dimanapun mereka berada. Saat ini sudah banyak bank yang telah menyediakan akses mobile untuk mengetahui informasi keungan khususnya bank BNI selaku Bank yang menyediakan layanan internet banking, mobile banking dan sms banking, kondisi tersebut merupakan salah satu perbaikan layanan terhadap nasabah, karena pada kenyataanya dalam melaksanakan transaksi perbankan setiap nasabah minimal membutuhkan waktu kurang dari 10 menit berada dalam antrian. Hal tersebut akan cenderung berdampak merugikan bagi nasabah jika waktu serta peluang bisnis mereta terita hanya untuk bertransaksi di bank.

Dari uraian diatas, penulis tertarik mencoba mengadakan penelitian dan menganalisis seberapa besar tingkat kepuasan nasabah pada Bank BNI yang menawarkan layanan m-banking. Dalam hal ini, penulis akan meneliti PT. Bank Negara Indonesia (BNI) Cabang Makassar, dilihat dari kualitas layanannya. Oleh karena itu, penulis bermaksud membuat penelitian yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS LAYANAN MOBILE BANKING TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PT. BANK NEGARA INDONESIA (BNI) CABANG MAKASSAR”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka dikemukakan rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu “Apakah Kualitas Layanan Mobile Banking Berpengaruh Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Negara Indonesia (BNI) Cabang Makassar?”

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Negara Indonesia (BNI) Cabang Makassar.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah dan tujuan penelitian diatas, maka manfaat penelitian adalah :

1. Bagi peneliti

Dengan penelitian ini peneliti memperoleh pengalaman dan ilmu pengetahuan tentang pengaruh kualitas layanan mobile banking

terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Negara Indonesia (BNI) Cabang Makassar.

2. Bagi Instansi (Perusahaan)

Dengan penelitian ini bagi instansi dapat digunakan sebagai masukan dan informasi untuk membantu dalam memecahkan masalah yang dihadapi terkait pengaruh kualitas layanan mobile banking terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Negara Indonesia(BNI) Cabang Makassar.

3. Bagi Akademik

Dapat digunakan sebagai bahan pustaka bagi jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Muhammadiyah Makassar.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Teori

1. Konsep Pemasaran

Pemasaran mempunyai peranan penting dalam masyarakat karena menyangkut berbagai aspek kehidupan, termasuk bidang ekonomi dan sosial. Aktivitas pemasaran menyangkut masalah proses produk/jasa dari produsen hingga ke pelanggan, maka pemasaran dapat menciptakan lapangan kerja yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat.

Pemasaran merupakan aktivitas penting pada suatu perusahaan. Hal ini disebabkan karena berhasil atau tidaknya perusahaan dalam melakukan usahanya, tergantung pada berhasil tidaknya perusahaan dalam memasarkan atau menjual produknya. Semakin besar volume penjualan dalam perusahaan maka semakin besar pula harapan untuk memperoleh keuntungan yang merupakan tujuan utama perusahaan.

Secara umum, pengertian pemasaran (*marketing*) adalah tindakan yang menyebabkan berpindahnya hak milik atas barang dan jasa dari penjual kepada pembeli, yang menimbulkan distribusi fisik atas barang/jasa tersebut.

Kotler (2009:158) menyatakan bahwa pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dengan nama individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan cara menciptakan serta mempertukarkan produk dan nilai dari pihak lain.

Konsep pemasaran yaitu memfokuskan pada kebutuhan pelanggan. Karena itu pemasaran harus lebih memperhatikan kepuasan pelanggan dalam memenuhi kebutuhan melalui produk/jasa dan keseluruhan layanan

yang berhubungan dengan penciptaan, kecepatan layanan, dan akhirnya pengkonsumsian. Konsep pemasaran mengandung tiga dasar pokok :

- a. Perencanaan dan operasinya berorientasi pada kebutuhan dan keinginan pelanggan atau nasabah.
- b. Semua aktivitas pemasaran dilakukan secara terpadu (*integrated marketing*).
- c. Tujuan akhirnya adalah memenuhi atau mencapai tujuan perusahaan dan berusaha memberikan kepuasan semaksimal mungkin pada pelanggan atau nasabah.

Pemasaran adalah suatu konsep yang menyangkut suatu sikap mental, suatu cara berpikir yang membimbing anda melakukan sesuatu yang tidak selalu menjual benda tetapi juga menjual gagasan-gagasan, karier, tempat (pariwisata, rumah, lokasi industry), undang-undang, jasa (pengangkutan, penerbangan, pemotongan rambut, kesehatan), hiburan (pertunjukan, pertandingan-pertandingan), dan kegiatan-kegiatan nirlaba seperti yayasan sosial dan keagamaan.

Berdasarkan pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa pemasaran adalah usaha dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan dengan cara menciptakan suatu barang atau jasa yang kemudian dibeli oleh pelanggan yang memiliki kebutuhan dengan barang atau jasa tersebut.

Ali Hasan (2013:4) menyatakan bahwa pemasaran adalah proses mengidentifikasi, menciptakan dan mengkomunikasikan nilai, serta memelihara hubungan yang memuaskan pelanggan untuk memaksimalkan

keuntungan perusahaan. Dari penjelasan tersebut ada kecenderungan pada konsep strategi pemasaran di mana dalam suatu tujuan pemasaran laba menjadi prioritas utama perusahaan. Munculnya pengetahuan yang semakin luas tentang laba yang merupakan definisi dalam memuaskan pelanggan.

2. Kualitas Layanan Mobile Banking

a. Pengertian Kualitas Layanan

Kualitas merupakan salah satu indikator penting bagi perusahaan untuk dapat eksis di tengah ketatnya persaingan. Kualitas didefinisikan sebagai totalitas dari karakteristik suatu produk yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dispesifikasikan atau ditetapkan. Dalam mendefinisikan kualitas, ada lima pakar utama dalam manajemen mutu terpadu (*Total Quality Management*) yang saling berbeda pendapat, tetapi maksudnya sama.

Kecocokan penggunaan suatu layanan adalah apabila layanan mempunyai daya tahan penggunaan yang lama, meningkatkan citra atau status pelanggan yang memakainya, adanya jaminan kualitas dan sesuai etika bila digunakan.

Service quality (kualitas layanan) merupakan kunci dan faktor yang sangat penting dalam strategi bisnis, karena terbukti dapat meningkatkan profitabilitas, sehingga dapat menjadi alat untuk keunggulan bersaing. Kualitas layanan yang baik dapat menciptakan pembelian berulang, *positive word of mouth*, loyalitas pelanggan, dan diferensiasi produk yang kompetitif (Freddy Rangkuti 2013 : 44).

Beberapa pendapat para ahli di atas dapat diambil kesimpulan bahwa definisi kualitas memiliki beberapa persamaan, yaitu kualitas

mencakup usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan/nasabah dan kualitas mencakup kepuasan pelanggan/nasabah sepenuhnya.

Kualitas layanan merupakan salah satu bagian dari strategi manajemen pemasaran. Kualitas layanan menjadi satu tahap faktor dominan terhadap keberhasilan suatu organisasi. Pengembangan kualitas sangat didorong oleh kondisi persaingan antar perusahaan, kemajuan teknologi, tahapan perekonomian dan sosial budaya masyarakat. Kualitas dapat mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan nasabah.

Menurut Lewis dan Booms dikutip Tjoptono (2012:157) menyatakan bahwa kualitas layanan adalah ukuran seberapa bagus tingkatan layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Sedangkan menurut Goeth dan Davis yang dikutip Tjoptono (2012:51) menyatakan bahwa kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan [eroduk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Berdasarkan beberapa pengertian di atas yang membahas tentang kualitas layanan, dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan adalah segala sesuatu yang diharapkan oleh pelangg/nasabah agar perusahaan dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan/nasabah.

Lovelock dan Wirtz (2011) menyatakan bahwa penggunaan teknologi canggih dalam pelayanan jasa akan mengarah pada suatu tujuan dimana produktivitas pegawai merupakan salah satu kunci menuju profitabilitas, dan secara khusus akan menghemat waktu pegawai

(mempercepat waktu pengerjaan) dalam melayani pelanggan, dan akan meningkatkan tingkat akurasi hasil pelayanan.

Menurut Nurastuti (2011), 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. Mallat et al. (2004) menyatakan bahwa layanan mobile banking dapat mengoperasikan layanan bank melalui mobile device.

Hampir semua bank di Indonesia telah menyediakan fasilitas *m-banking* baik berupa SIMolkit (Menu Layanan Data) maupun SMS plain (SMS manual) atau dikenal dengan istilah SMS banking (Nurastuti, 2011). Jika dilihat dari segi teknologi, *m-banking* dibedakan menjadi empat tipe jasa layanan, yaitu:

b. Tipe Jasa Layanan

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 menelpon 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 dengan *SIMtolkit* dan *sim card* masing-masing operator sehingga akses layanan bisa melalui SMS.

- 3) Tipe ketiga, yaitu dengan menggunakan WAP (*Wireless Access Protocol*), layanan ini merupakan layanan *m-banking* yang merupakan layanan 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 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.

Gummesson dan Lovelock (2004) 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*.

Kotler dan Armstrong (2008) menyatakan bahwa konsumen akan melakukan pemilihan yang didasarkan pada persepsinya tentang nilai dan kepuasan terhadap produk atau jasa dan penyampaian jasanya dan para pelanggan akan membentuk harapan-harapan mengenai nilai dan kepuasan, sehingga penawaran pemasaran tersebut akan menyampaikan dan terjadi pembelian yang sesuai.

c. Indikator Kualitas Layanan

Menurut Roger A. Kerin, Lau Geok Theng (2013:344), indikator dari kualitas layanan yaitu :

- 1) *Reability* (kehandalan), yakni kemampuan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan janji yang ditawarkan. Dimensi ini sering dianggap paling penting bagi pelanggan dari berbagai industry jasa.
- 2) *Assurance* (jaminan), yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan perusahaan menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi, kreabilitas, keamanan, kompetensi dan sopan santun.
- 3) *Empathy* (empati), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan. Seperti kemudahan untuk menghubungi perusahaan, kemampuan karyawan untuk berkomunikasi dengan pelanggan dan usaha perusahaan untuk memahami kegiatan dan kebutuhan pelanggannya.

3. Pengertian Mobile Banking (M-Banking)

Mobile banking merupakan fasilitas transaksi perbankan dengan kemudahan akses maupun kecepatan memperoleh informasi terkini dan transaksi secara *real time*. Mobile banking dapat diakses oleh nasabah perorangan melalui telepon seluler (ponsel) nasabah yang memiliki teknologi GPRS (*General Packet Radio Service*). Layanan mobile

banking adalah salah satu saluran distribusi bank untuk mengakses rekening yang dimiliki nasabah melalui sarana ponsel atau smartphone. Mobile banking memberikan manfaat keamanan dan kenyamanan bertransaksi kapanpun dan di manapun, memberikan kemudahan bertransaksi layaknya seperti menggunakan ATM (Anjungan Tunai Mandiri), serta dapat diaplikasikan pada semua jenis SIM (*Subscriber Identity Module*) Card maupun ponsel yang berbasis teknologi GPRS dan dilengkapi dengan fitur-fitur spesial (Rinaldy et al., 2017).

Pengertian m-banking menurut Riswandi (2005) dalam Karomilah (2015) m-Banking adalah suatu layanan inovatif yang ditawarkan oleh bank yang memungkinkan pengguna kegiatan transaksi perbankan melalui smartphone.

Mobile banking memberi kemudahan bagi nasabah untuk melakukan pengecekan saldo tabungan, membayar tagihan maupun melakukan transfer danan ke rekening yang lain. Nasabah tidak perlu lagi datang dan antri ke kantor cabang perbankan atau mesin ATM, untuk melakukan berbagai transaksi itu. Dengan mobile banking 'segalanya' bisa dilakukan dengan sangat mudah.

Mobile banking diartikan sebagai fasilitas perbankan meeka secara lebih leluasa, di mana saja, kapan saja, tanpa harus secara fisik mengunjungi bank tersebut.

4. Kepuasan Nasabah

a. Pengertian Kepuasan Masabah

Era globalisasi ini semakin besar perhatian terhadap kepuasan maupun ketidakpuasan nasabah karena pada dasarnya tujuan dari

perbankan adalah untuk menciptakan rasa puas pada nasabah. Semakin tinggi tingkat kepuasan nasabah, maka akan mendatangkan keuntungan yang semakin besar bagi perusahaan, karena nasabah akan melakukan penggunaan jasa berulang terhadap perusahaan. Namun, apabila tingkat kepuasan yang dirasakan nasabah kecil, maka terdapat kemungkinan bahwa nasabah tersebut akan pindah ke pesaing.

Kata kepuasan (*satisfaction*) berasal dari bahasa latin 'satis' (artinya cukup baik, memadai) dan 'facio' (melakukan atau membuat). Kepuasan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai. Secara umum kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan pada kinerja yang diharapkan.

Kepuasan konsumen adalah keadaan yang dicapai bila produk sesuai dengan kebutuhan atau harapan konsumen dan bebas dari kekurangan. Secara konseptual kepuasan merupakan hasil pembelian dan pemakaian yang didapatkan dari perbandingan yang dilakukan oleh pembeli atas *reward* dan biaya pembelian dengan konsekuensi yang diantisipasi. Secara operasional kepuasan serupa dengan sikap, dimana penilaiannya didasarkan pada berbagai atribut.

Kepuasan konsumen (*customer satisfaction*) adalah sebuah tingkatan perkiraan kinerja produk sesuai dengan harapan pembeli (Kotler & Keller, 2016).

Kepuasan pelanggan merupakan tanggapan konsumen berupa perasaan senang atau kecewa atas perbandingan antara produk yang

diterima dengan yang diharapkan sebagai evaluasi atau penilaian pelanggan secara keseluruhan terhadap pembelian dan pengalaman penggunaan produk atau jasa (Yaqin & Ilfitriah, 2014).

Nasabah adalah orang atau badan hukum yang mempunyai rekening baik rekening simpanan atau pinjaman pada pihak bank. Sehingga nasabah merupakan orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan bank (Rianto, 2010:189). Dengan kata lain nasabah adalah pihak atau orang yang menggunakan dan secara sengaja menjadi langganan bank yang dipercayainya.

Dalam memahami mengenai apa yang dipikirkan oleh nasabah ada beberapa hal yang harus dipahami terlebih dahulu (Stinnet,2004:3):

- 1) Memahami tujuan-tujuan dan sasaran-sasaran yang ingin dicapai atau didapatkan oleh nasabah.
- 2) Memahami cara mereka membuat peringkat dan memprioritaskan tujuan dan sasaran tersebut.
- 3) Mengetahui apa yang bisa kita lakukan dengan produk yang akan ditawarkan untuk membantu merealisasikan tujuan dan sasaran tersebut.
- 4) Mengusulkan rencana bagaimana atau caranya kita dapat membantu mereka untuk mengatasi masalah-masalah yang timbul antara mereka dan cara mencapai tujuan-tujuan tersebut.

Menurut Wetsbrook dan Reilly (Tjiptono, 2005:349) mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan respon emosional terhadap pengalaman yang berkaitan dengan produk atau jasa yang dibeli.

Penjelasan di atas perbankan harus lebih memperhatikan kepuasan nasabah, sebenarnya sesuatu yang sulit untuk didapatkan jika perbankan tersebut tidak benar-benar mengerti apa yang diharapkan oleh nasabah. Untuk produk dan layanan dengan kualitas yang sama, dapat memberikan tingkat kepuasan yang berbeda-beda bagi nasabahnya. Oleh karena itu, suatu perbankan harus selalu memperhatikan kualitas produk maupun pelayanan yang diberikan kepada nasabah.

Pendapat dari para ahli bisa disimpulkan definisi kepuasan nasabah adalah respon dari perilaku yang ditunjukkan oleh nasabah dengan membandingkan antara kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapan. Apabila hasil yang dirasakan di bawah harapan nasabah, maka nasabah akan kecewa, kurang puas bahkan tidak puas, namun sebaliknya bila sesuai harapan, nasabah akan puas dan bila kinerja melebihi harapan, nasabah akan sangat puas.

Kepuasan pelanggan menurut para ahli dapat dilihat dari beberapa indikator pernyataan seperti kesesuaian harapan pelanggan, kesediaan pelanggan untuk menggunakan jasa secara berulang serta pelanggan bersedia untuk merekomendasikan apa yang mereka gunakan.

b. Metode Kepuasan Nasabah

Menurut Kotler (2002:41), ada empat metode yang bisa digunakan untuk mengukur kepuasan nasabah, yaitu :

1) Sistem keluhan dan saran

Perusahaan yang memberikan kesempatan penuh bagi pelanggannya untuk menyampaikan pendapat atau bahkan keluhan

merupakan perusahaan yang berorientasi pada pelanggan (*customer oriented*).

2) Survei kepuasan pelanggan

Sesekali perusahaan perlu melakukan survey kepuasan pelanggan terhadap kualitas jasa atau produk perusahaan tersebut. Survei ini dapat dilakukan dengan penyebaran kuesioner oleh karyawan perusahaan kepada para pelanggan. Melalui survey tersebut, perusahaan dapat mengetahui kekurangan dan kelebihan produk atau jasa perusahaan tersebut, sehingga perusahaan dapat melakukan perbaikan pada hal yang dianggap kurang oleh pelanggan.

3) *Ghost shopping*

Metode ini dilaksanakan dengan mempekerjakan beberapa orang perusahaan (*ghost shopper*) untuk bersikap sebagai pelanggan di perusahaan pesaing, dengan tujuan para *ghost shopper* tersebut dapat mengetahui kualitas pelayanan perusahaan pesaing sehingga dapat dijadikan sebagai koreksi terhadap kualitas pelayanan perusahaan itu sendiri.

4) Analisa pelanggan yang hilang

Metode ini dilakukan perusahaan dengan cara menghubungi kembali pelanggannya yang telah lama tidak berkunjung atau melakukan pembelian lagi di perusahaan tersebut karena telah berpindah ke perusahaan pesaing. Selain itu, perusahaan dapat menanyakan sebab-sebab berpindahnya pelanggan ke perusahaan pesaing.

Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, di antaranya adalah hubungan antara perusahaan dan pelanggan jadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan, reputasi perusahaan menjadi baik dimata pelanggan, dan laba yang diperoleh menjadi meningkat.

c. Indikator Kepuasan Nasabah

Menurut Tjiptono (2011 : 198) Kepuasan nasabah terdiri dari 3 indikator :

1) Kesesuaian harapan

Tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh pelanggan/nasabah dengan yang dirasakan oleh pelanggan/nasabah, meliputi :

- a) Produk yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
- b) Pelayanan yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
- c) Fasilitas penunjang yang didapat sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.

2) Minat berkunjung kembali

Kesedian pelanggan/nasabah untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait, meliputi:

- a) Berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan memuaskan.
- b) Berminat untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat

yang diperoleh setelah mengkonsumsi produk.

- c) Berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.

3) Kesiapan merekomendasi

Kesiapan pelanggan/nasabah untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga, meliputi :

- a) Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena pelayanan yang memuaskan.
- b) Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.
- c) Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena nilai atau manfaat yang didapat setelah mengkonsumsi sebuah produk jasa.

5. Hubungan antara Kualitas Layanan dengan Kepuasan Nasabah

Dalam penelitian ini, kepuasan pelanggan/nasabah dipengaruhi oleh lima dimensi kualitas pelayanan yakni : *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Berikut ini adalah penjelasan hubungan keterkaitan antara variabel independen dengan variabel dependen.

a. Hubungan *tangible* dengan kepuasan pelanggan/nasabah

Menurut Lopiyoadi dan Hamdani (2006:182), karena suatu bentuk jasa tidak bisa dilihat, tidak bisa dicium dan tidak bisa diraba maka aspek wujud fisik menjadi penting sebagai ukuran dari pelayanan. Pelanggan akan menggunakan indera penglihatan untuk menilai suatu kualitas pelayanan. Bukti fisik yang baik akan mempengaruhi persepsi pelanggan. Pada saat yang bersamaan aspek ini juga merupakan salah satu sumber

yang mempengaruhi harapan pelanggan. Karena dengan bukti fisik yang baik maka harapan pelanggan menjadi lebih tinggi. Oleh karena itu merupakan hal yang penting bagi perusahaan untuk mengetahui seberapa jauh aspek wujud fisik yang paling tepat, yaitu masih memberikan impresi positif terhadap kualitas layanan yang diberikan tetapi tidak menyebabkan harapan pelanggan yang terlalu tinggi sehingga dapat memenuhi kebutuhan pelanggan dan memberikan kepuasan kepada pelanggan.

b. Hubungan *Reliability* dengan Kepuasan Pelanggan/Nasabah

Menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2006:182), bahwa kehandalan (*reliability*) yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi. Pemenuhan janji dalam pelayanan akan mencerminkan kredibilitas perusahaan.

c. Hubungan *Responsiveness* dengan Kepuasan Pelanggan/Nasabah

Menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2006:182), daya tanggap yaitu respon atau kesigapan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap, yang meliputi kesigapan dalam melayani pelanggan, kecepatan dalam menangani transaksi serta penanganan keluhan pelanggan. Daya tanggap atau ketanggapan yang diberikan oleh penyedia layanan dengan baik akan meningkatkan kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan. Dan apabila memberikan pelanggan menunggu dapat menyebabkan timbulnya persepsi yang

negatif dalam kualitas pelayanan. Berdasarkan banyak studi yang dilakukan, ada hal yang sering membuat pelanggan kecewa, yaitu pelanggan sering dipersulit pada saat membutuhkan informasi. Dari staf yang satu dioper ke staf yang lain kemudian staf yang lain tidak mengetahui atau menjawab hal apa yang diinginkan oleh pelanggan. Sungguh pelayanan yang tidak tanggap dan pasti akan membuat pelanggan merasa tidak puas. Daya tanggap/ketanggapan yang diberikan oleh perusahaan dengan baik akan meningkatkan kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan.

d. Hubungan *Assurance* dengan Kepuasan Pelanggan / Nasabah

Kotler dan Susanto (2001:617) mendefinisikan jaminan (*assurance*) adalah pengetahuan terhadap produk secara tepat, kesopansantunan karyawan dalam memberikan pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi, kemampuan dalam memberikan keamanan dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan dan keyakinan pelanggan. Menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2006:182), yaitu meliputi kemampuan karyawan atas pengetahuannya terhadap produk secara tepat, keramahtamahan, perhatian dan kesopanan, keterampilan dalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan pelanggan, sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko ataupun keraguan. Pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan dapat menumbuhkan rasa percaya para pelanggan. Jaminan (*assurance*) yang mencakup pengetahuan dan keterampilan para karyawan dalam melayani kebutuhan pelanggan, etika para karyawan, dan jaminan keamanan dari perusahaan atas pelanggan

yang menggunakan layanan tersebut. Adanya jaminan keamanan dari suatu perusahaan akan membuat pelanggan merasa aman dan tanpa ada rasa ragu-ragu. Di samping itu jaminan dari suatu perusahaan akan berpengaruh pada kepuasan pelanggan karena apa yang diinginkan pelanggan dapat dipenuhi oleh perusahaan yaitu dengan pengetahuan dan keterampilan dari karyawan tersebut. Kesopanan dan keramahan dari karyawan akan membuat pelanggan merasa dihargai sehingga mereka puas dengan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.

e. Hubungan *Empathy* dengan Kepuasan Pelanggan/Nasabah

Menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2006:182), empati (*emphaty*) yaitu perhatian dengan memberikan sikap yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan penyedia layanan jasa kepada pelanggan seperti kemampuan karyawan untuk berkomunikasi dengan pelanggan seperti kemampuan karyawan untuk berkomunikasi dengan pelanggan dan usaha perusahaan untuk memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki rasa perhatian dan pengetahuan tentang pelanggannya, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa empati yaitu perhatian khusus yang diberikan individu terhadap segala kebutuhan dan keluhan pelanggan, dan adanya komunikasi yang baik antara karyawan dengan pelanggan. Dengan adanya perhatian khusus dan komunikasi yang baik dari karyawan atas pelanggan akan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, karena pelanggan akan merasa diperhatikan oleh perusahaan apabila yang

dibutuhkan dan dikeluhkannya ditanggapi secara baik oleh pihak perusahaan.

Implikasi dari pengukuran kepuasan pelanggan tersebut adalah pelanggan di libatkan dalam pengembangan produk atau jasa dengan cara mengidentifikasi apa yang dibutuhkan pelanggan. Hal ini berbeda dengan pelanggan dalam konsep tradisional dimana mereka tidak dilibatkan dalam pengembangan produk, karena mereka berada di luar sistem.

Kesadaran semua karyawan akan pentingnya kepuasan pelanggan harus di implementasikan dengan tindakan nyata bahwa semua karyawan adalah pelayan. Tapi, bukankah berarti bahwa kepuasan pelanggan dapat menghilangkan munculnya kekecewaan (*complain*).

Kekecewaan pelanggan sangat sulit dihindari, karena keragaman harapan dan keinginan pelanggan yang tidak mungkin dapat dipenuhi seluruhnya oleh perusahaan. Untuk meminimalkan penurunan citra yang diakibatkan dari kekecewaan pelanggan terhadap pelayanan yang diterima, perusahaan perlu menangani *complain* pelanggan yang tidak untuk mengurangi penyebaran informasi negative akibat kekecewaan pelanggan.

Kepuasan pelanggan pada dasarnya selalu berubah-ubah dan merupakan hal yang *intangibile*. Pelanggan akan cenderung melihat aspek fisik dan harga untuk memperoleh informasi mengenai harapan kepuasan yang mereka terima dari perusahaan. Aspek fisik (bangunan, kantor, penampilan karyawan, penataan fasilitas fisik), desain produk

ketahanan, produk, dampak produk, dan harga mengandung janji dari pihak perusahaan kepada pelanggannya. Harga yang terlalu tinggi akan menimbulkan harapan yang tinggi, sehingga jika pihak perusahaan tidak mampu memenuhi harapannya akan menimbulkan ketidakpuasan yang tinggi pula.

B. Tinjauan Empiris/Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini penulis menggali informasi dari beberapa jurnal yang memiliki hubungan dengan penelitian yang dilakukan penulis untuk mendapatkan suatu informasi yang ada sebelumnya tentang konsep yang berkaitan dengan judul yang digunakan penulis, telaah ini juga berguna untuk mendukung dan dijadikan sebagai rujukan oleh penulis. Penelitian sebelumnya yang terkait dengan variabel kualitas layanan mobile banking terhadap Kepuasan Nasabah :

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama peneliti dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Variabel	Alat Analisis	Hasil Penelitian
1	1. Abin Saripudin 2. Wawan Oktriawan 3. Nunung Kurniasih (2021)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Saung Manglid	Variabel bebas (X) yang digunakan dalam penelitian ini adalah Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan dan	Teknik pengambilan sampel menggunakan Probability Sampling yang berjumlah 69 orang responden.	Berdasarkan hasil penelitian diperoleh t hitung 12, 465 dan F hitung 155,388 dengan tingkat signifikansi menunjukkan sig. $0,000 < 0,05$ yang berarti kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap

			Empati dan variabel terikat (Y) dalam penelitian ini adalah Kepuasan Pelanggan		kepuasan pelanggan, dan dalam uji R interpretasi koefisien korelasi didapat sebesar 0,789, terbukti kualitas pelayanan mempunyai hubungan positif dengan kepuasan pelanggan atau tingkat hubungan kuat. Dari hasil analisis data penelitian diketahui bahwa kepuasan pelanggan di Restoran Saung Manglid dipengaruhi sebesar 62,3% oleh kualitas pelayanan, sedangkan 37,7% dipengaruhi oleh variabel lainnya
2	1. Reza Nurul Ihsan 2. Ahmad Karim (2021)	Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Jasa	kualitas Pelayanan (X), Kepuasan Pelanggan (Y)	Alat analisa data dalam penelitian ini yaitu metode deskriptif dan metode	Hasil penelitian ini menunjukkan Nilai regresi yang diporela adalah $Y = 6.775 + 0,681X$, diartikan bahwa

		Raharja Medan		kuantitatif. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS 20.00 for Windows	kepuasan nasabah akan bernilai 6,775 saat kualitas pelayanan nilainya adalah 0 dan 0,681 menyatakan bahwa kenaikan satu satuan kualitas pelayanan akan meningkatkan kepuasan nasabah 0,681 dan nilai hitung > 9.295 (tabel > 1.996) maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
3	1. Mahira 2. Prasetyo Hadi 3. Heni Nastiti (2021)	Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome	Kualitas Produk (X1), Kepuasan Pelanggan (Y)	Alat analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah <i>Partial Least Square</i> (PLS) dengan <i>software</i> SmartPLS 3.0	Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah (1) Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (2) Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

4	<p>1. Yunita M. Sumual</p> <p>2. J. A. F. Kalangi</p> <p>3. Danny D. S. Mukuan (2021)</p>	<p>Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT Otomoto Mantos</p>	<p>Kualitas Pelayanan (X), Kepuasan Pelanggan (Y)</p>	<p>Metode penelitian ini menggunakan purposive sampling yaitu pengambilan anggota sampel berdasarkan kriteria tertentu, selanjutnya teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, analisis korelasi, analisis regresi sederhana dan uji t parsial.</p>	<p>Hasil penelitian dari analisis korelasi menunjukkan nilai korelasi person dari kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan adalah sebesar 0.918 yang berarti kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan tersebut memiliki derajat/tingkat hubungan yang sangat kuat. Dan dari hasil analisis regresi sederhana nilai koefisien regresi kualitas pelayanan sebesar 0.486 berarti koefisien bernilai positif yang artinya kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Dan dari hasil uji t parsial terlihat nilai signifikan, maka H_0</p>
---	---	--	---	--	---

					ditolak dan Ha diterima, yang artinya kepuasan pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap kualitas pelayanan.
5	Dita Haryanti (2021)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Peserta Di BPJS Ketenagakerjaan Cabang Madiun	Kualitas Pelayanan (X), Kepuasan Peserta (Y)	Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian deskriptif	Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan melalui tahap pengumpulan data, pengolahan data dan analisis data mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan peserta di BPJS Ketenagakerjaan Cabang Madiun, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa: Variabel kualitas pelayanan (indikator tangibel) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan peserta. Variabel kualitas pelayanan (indikator empathy) tidak

					<p>berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan peserta.</p> <p>Variabel kualitas pelayanan (indikator reliability) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan peserta.</p> <p>Variabel kualitas pelayanan (indikator responsiveness) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan peserta.</p> <p>Variabel kualitas pelayanan (indikator assurance) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan peserta.</p> <p>Variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan peserta secara simultan berpengaruh signifikan.</p>
6	<p>1. Jonathan J.J. Mentang</p> <p>2. Imelda W.J.Ogi</p>	<p>Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas</p>	<p>Kualitas Produk (X1), Kualitas Pelayanan</p>	<p>Metode penelitian menggunakan metode</p>	<p>Hasil penelitian ini menemukan bahwa kualitas produk berpengaruh positif</p>

	<p>3. Reitty L. Samadi (2021)</p>	<p>Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsuemen pada Rumah Makan Marina Hash In Manado di Masa Pandemi Covid-19</p>	<p>(X2), Kepuasan Konsumen (Y)</p>	<p>analisis regresi linier berganda.</p>	<p>signifikan terhadap kepuasan konsumen, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kualitas produk dan distribusi secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Marina Hash In Manado dimasa pandemi covid-19. Meningkatkan dan tetap menjaga kualitas produk disaat mulai bermunculan pesaing baru sejenis sehingga dapat menyakinkan dan memberikan bukti bahwa persepsi pelanggan sesuai yang diharapkan.</p>
--	-----------------------------------	--	--	--	---

7	1. Titaniya Papatungan 2. Lucky F. Tamengkel 3. Olivia F.C. Walangitan (2021)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT JNE Kotamobagu	Kualitas Pelayanan (X), Kepuasan Pelanggan (Y)	Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier sederhana	Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
8	1. Amel Aprilia 2. Dian Candra Fatimah (2021)	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Gojek Pada Masa Pandemi Covid-19 di Kota Bandung	Kualitas Pelayanan (x), Kepuasan Konsumen (Y)	Teknik analisis data yang digunakan yaitu uji normalitas, uji analisis regresi linear sederhana, serta uji T.	Pada hasil uji koefisien korelasi pearson product moment diperoleh senilai 0,724 yang berarti tingkat hubungan antara variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan konsumen dapat dinyatakan berkorelasi positif. Serta hasil pengujian Hipotesis menggunakan uji T dengan nilai signifikannya adalah t hitung senilai 4.844 dan t tabel 2.036 maka H_0 ditolak dan H_a diterima

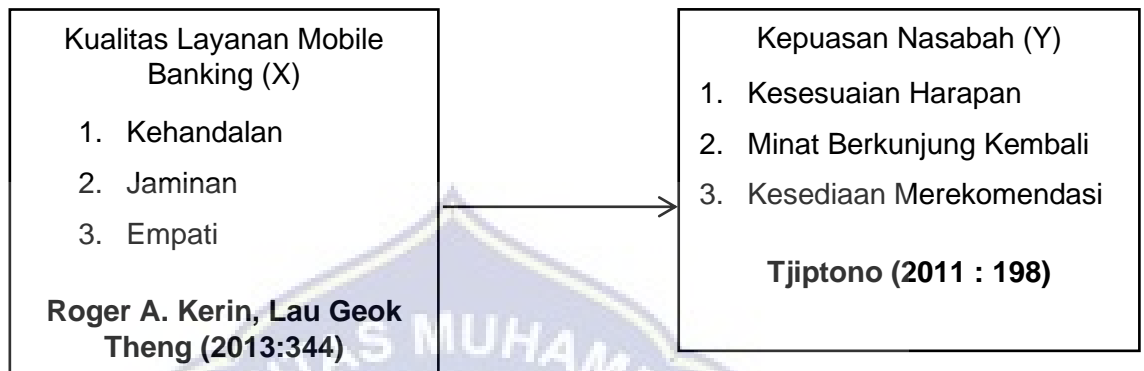
9	Weni Maulina (2021)	Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Pelayanan Terhadap Kepuasan Kepuasan Konsumen Pada Berlian Beauty Clinic Saminda	Kualitas Produk (X1), Kualitas Pelayanan (X2), Kepuasan Konsumen (Y)	Alat analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis kuantitatif dengan bantuan SPSS software statistic versi 22.	Hasil penelitian menyimpulkan bahwa produk variable kualitas (X1) dengan nilai signifikansi 0.05 karena $t_{hitung} = 7,569 > t_{tabel} = 1,990$ dan $sig = 0,000 < 0,05$. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa variable kualitas pelayanan (X2) dengan nilai signifikansi 0,05 karena $t_{hitung} = 4,554 > t_{tabel} = 1,990$ dan $sig = 0,000 < 0,05$. Demgan demikian variable kualitas pelayanan memiliki pengaruh parsial terhadap kepuasan pelanggan (Y).
10	1. Sirojundin 2. Desti Nurwidiawati 3. Asrti Mailani 4. Rizki Alyan S	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan	Kualitas Pelayanan (X), Kepuasan Pelanggan	Teknik analisis data menggunakan uji analisis regresi linier	Hasil penelitian ini menunjukkn bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki t_{hitung} yang

5.	Agus Irawan	Pelanggan	(Y)	sederhana.	bernilai positif
6.	M. Yusuf	Pada Kantor			sebesar 0,5688
	Nurohman	Pos			dengan taraf
7.	Sandi Aditya	Sindanglaya			signifikansi 0,000
	(2021)	Cipanas			diatas signifikansi
					0,05 (0,000 < 0,05).
					Dengan demikian t
					hitung t tabel (5,688
					> 1,984), maka H0
					ditolak dan Ha
					diterima. Sehingga
					dapat dinyatakan
					bahwa Kualitas
					Pelayanan memiliki
					pengaruh signifikan
					terhadap Kepuasan
					Pelanggan pada
					PT. Pos
					Sindanglaya.
					Adapun persamaan
					analisis regresi
					linier sederhananya
					yaitu: $\hat{Y} = 9,118 +$
					0,139X.

C. Kerangka Pikir Penelitian

Kerangka Berpikir adalah sebuah model atau gambaran yang berupa konsep yang didalamnya menjelaskan tentang hubungan antara variabel yang satu dengan variabel yang lainnya. Kerangka pemikiran diturunkan dari suatu teori yang relevan dengan permasalahan yang telah dirumuskan,

kerangka ini dibuat dalam bagan alur yang saling berhubungan. Sehingga alur berfikir dalam penelitian ini adalah kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah.



Gambar 2.1 Kerangka Pikir

D. Hipotesis

Dalam penelitian ini penulis mengajukan jawaban sementara yang sesuai dengan permasalahan tersebut diduga Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Negara Indonesia (BNI) Cabang Makassar.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis penelitian

Rancangan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode survey, dimana penelitian ini mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data. Adapun desain dari metode survei ini adalah deskriptif kuantitatif. Penelitian kuantitatif dengan format deskriptif bertujuan untuk menjelaskan meringkaskan berbagai kondisi, berbagai situasi, atau berbagai variabel yang timbul di masyarakat yang menjadi objek penelitian itu berdasarkan apa yang terjadi (Bungin, 2011).

Penelitian ini termasuk desain penelitian deskriptif kuantitatif karena merupakan pengembangan konsep dan pengumpulan data untuk menguji pengaruh kualitas layanan mobile banking terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Negara Indonesia (BNI) Cabang Makassar.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat dimana penelitian dilakukan. Penelitian ini akan dilakukan di PT. Bank Negara Indonesia (BNI) Cabang Makassar Jalan Jendral Sudirman No.1 Pisang Utara, Kecamatan Ujung Pandang, Kota Makassar, Sulawesi Selatan. Waktu penelitian untuk memperoleh data, penulis memperkirakan mulai bulan Januari sampai dengan Februari tahun 2023.

C. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Penelitian ini menggunakan jenis data kuantitatif. Data kuantitatif, yaitu data yang diperoleh dari PT. Bank Negara Indonesia (BNI) Cabang Makassar yang diteliti dalam bentuk angka-angka dan dapat digunakan untuk pembahasan lebih lanjut.

2. Sumber Data

- a. Data primer, yaitu data yang diperoleh oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau PT. Bank Negara Indonesia (BNI) Cabang Makassar yang informasinya dikumpulkan dari jawaban responden melalui angket atau kuesioner .
- b. Data sekunder, yaitu data atau informasi yang dikumpulkan oleh seseorang dan bukan peneliti yang melakukan studi mutakhir. Dalam hal ini penulis memperoleh data atau informasi yang diambil langsung dari PT. Bank Negara Indonesia (BNI) Cabang Makassar.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2013:215) dalam (Mintardjo et al., 2016) pengertian populasi wilayah generalisai yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Adapun populasi pada penelitian ini adalah nasabah pada PT. Bank Negara Indonesia (BNI) Cabang Makassar.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian yang diambil dari keseluruhan obyek penelitian dan dianggap mewakili gambaran yang benar terhadap populasi. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2012).

Rumus slovin :

$$n = \frac{N}{1 + (N \cdot e^2)}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel minimal

N = Jumlah Populasi

e = error margin (batasan toleransi kesalahan)

E. Metode Pengumpulan data

Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu metode survei dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner atau daftar pertanyaan yang diberikan kepada responden sifatnya tertutup dan terbuka dengan jawaban yang telah disediakan, dan diharapkan di isi oleh responden dengan memilih salah satu alternatif jawaban yang tersedia pengukuran skala dalam metode kusioner ini menggunakan taraf skala likert sebagai berikut :

- 5 = Sangat Setuju (SS)
- 4 = Setuju (S)
- 3 = Kurang Setuju (KS)
- 2 = Tidak Setuju (TS)
- 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

F. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

1. Definisi Operasional Variabel

Dalam penelitian ini digunakan beberapa istilah sehingga didefinisikan secara operasional agar menjadi petunjuk dalam penelitian ini dan menjadi media Batasan ruang lingkup permasalahan dan konsep pengukuran yang dilakukan dalam penelitian guna mengukur variable-variable yang masih dalam bentuk suatu konsep. Sebagai berikut:

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Operasional Variabel	Indikator	Pengukuran
1	Kualitas Layanan Mobile Banking (X)	Kualitas layanan merupakan salah satu bagian dari strategi manajemen pemasaran. Kualitas layanan menjadi satu tahap faktor dominan terhadap keberhasilan suatu organisasi. Pengembangan kualitas sangat didorong oleh kondisi persaingan antar perusahaan, kemajuan teknologi, tahapan perekonomian dan sosial budaya masyarakat. Kualitas dapat mampu bertahan dan	1. Kehandalan 2. Jaminan 3. Empati	Skala Likert

		tetap mendapat kepercayaan nasabah.		
2	Kepuasan Nasabah (Y)	<p>Kepuasan konsumen adalah keadaan yang dicapai bila produk sesuai dengan kebutuhan atau harapan konsumen dan bebas dari kekurangan.</p> <p>Secara konseptual kepuasan merupakan hasil pembelian dan pemakaian yang didapatkan dari perbandingan yang dilakukan oleh pembeli atas <i>reward</i> dan biaya pembelian dengan konsekuensi yang diantisipasi. Secara operasional kepuasan serupa dengan sikap, dimana penilaiannya didasarkan pada berbagai atribut.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesesuaian Harapan 2. Minat Berkunjung Kembali 3. Kesiediaan Rekomendasi 	Skala Likert

2. Pengukuran Variabel

Menurut Sugiono (2010:69), Pengukuran merupakan seperangkat aturan yang diperlukan untuk mengkuantitatifkan data dari pengukuran suatu variabel.

Data yang telah terkumpul kemudian dilakukan pengukuran dengan menggunakan skala pengukuran dan pemberian skor. Alat yang digunakan untuk mengukur data yaitu kuesioner yang diberikan langsung kepada responden untuk mereka isi. Pertanyaan-pertanyaan yang terdapat pada kuesioner telah mencakup indikator dari kualitas layanan sebagai variabel independen dan kepuasan nasabah sebagai variabel dependen.

Kemudian instrumen mengetahui derajat kesetujuan dan ketidaksetujuan responden terhadap pernyataan yang ada pada kuesioner digunakan skala likert. Skala Likert merupakan salah satu cara yang paling sering digunakan dalam menentukan skor.

Pilihan dibuat berjenjang mulai dari intensitas paling rendah sampai paling tinggi, karena jawaban berjenjang maka jawaban bisa diberi bobot sesuai dengan intensitasnya dengan kategori sebagai berikut :

Tabel 3.2

Pengukuran Instrumental Menggunakan Skala Likert

No.	Alternatif Jawaban	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

G. Metode Analisis Data

Untuk membuktikan hipotesis yang telah dikemukakan maka dalam penelitian ini digunakan:

1. Analisis Deskriptif Kuantitatif

Analisis deskriptif kuantitatif merupakan metode yang bertujuan mengubah kumpulan data mentah menjadi bentuk yang mudah dipahami, dalam bentuk informasi yang ringkas tentang deskripsi responden dan variable penelitian.

Sugiyono (2007:14) mengatakan bahwa analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis data yang telah terkumpul dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan obyek yang diteliti melalui sampel atau populasi sebagaimana adanya tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku umum yang meliputi analisis mengenai karakteristik dari responden yang terdiri dari jenis kelamin, dan usia.

2. Uji Kualitas Data

Uji kualitas data merupakan uji yang disyaratkan dalam penelitian dengan instrument kuesioner, tujuannya agar data yang diperoleh dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya. Uji ini terdiri atas uji validitas dan reliabilitas.

- a. Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan dalam kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, kesimpulannya item koesioner tersebut valid.

Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$, kesimpulannya item koesioner tersebut tidak valid.

- b. Uji Realibilitas dimaksudkan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Realibilitas diukur dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Suatu variabel dikatakan realibel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$.

3. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana adalah analisis untuk mengetahui hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen dengan menggunakan linear namun dalam penelitian ini hanya digunakan saat variabel dependen sehingga disebut regresi linear sederhana.

Adapun persamaan regresi linear sederhana adalah sebagai berikut :

$$Y = a + bX + e$$

Keterangan :

- Y = kepuasan nasabah
- a = konstanta yaitu nilai Y jika X=0
- b = koefisien regresi yaitu nilai peningkatan atau penurunan variabel Y yang didasarkan variabel X
- X = kualitas layanan mobile banking
- e = error

4. Pengujian Hipotesis

- a. Secara Parsial (Uji t) bertujuan menganalisis besarnya pengaruh masing-masing perubah independen secara individual (parsial) terhadap perubah dependen. Hasil dari uji t menunjukkan masing-masing pengaruh independen terhadap perubah dependen jika p-value lebih kecil dari nyata yang ditentukan atau $t_{hitung} > t_{tabel}$.

Hipotesis nol dan hipotesis alternative yang di usulkan dan diuji t adalah :

- 1) $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau P-value $< \alpha$, ditolak H_0 , yang berarti bahwa suatu faktor X memiliki pengaruh terhadap faktor Y.
 - 2) $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau P-value $> \alpha$, diterima H_0 , yang berarti bahwa suatu faktor X tidak mempunyai pengaruh terhadap faktor Y.
- b. Koefisien determinasi R pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variable dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Jika R berkisar hampir satu, berarti semakin kuat kemampuan variable independen dalam menjelaskan variable dependen dan sebaliknya, jika nilai R semakin mendekati angka nol, berarti semakin lemah kemampuan variable independen dalam menjelaskan variable.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah umum Bank Negara Indonesia

BNI merupakan Bank BUMN (Badan Usaha Milik Negara) pertama yang menjadi perusahaan publik setelah mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Jakarta dan Bursa Efek Surabaya pada tahun 1996. PT Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk (selanjutnya disebut "BNI" atau "Bank") pada awalnya didirikan di Indonesia sebagai Bank sentral dengan nama "Bank Negara Indonesia" berdasarkan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang No. 2 tahun 1946 tanggal 5 Juli 1946. Selanjutnya, berdasarkan Undang-Undang No. 17 tahun 1968, BNI ditetapkan menjadi "Bank Negara Indonesia 1946", dan statusnya menjadi Bank Umum Milik Negara. Selanjutnya, peran BNI sebagai Bank yang diberi mandat untuk memperbaiki ekonomi rakyat dan berpartisipasi dalam pembangunan nasional dikukuhkan oleh UU No. 17 tahun 1968 tentang Bank Negara Indonesia 1946. Berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 19 tahun 1992, tanggal 29 April 1992, telah dilakukan penyesuaian bentuk hukum BNI menjadi Perusahaan Perseroan Terbatas (Persero). Penyesuaian bentuk hukum menjadi Persero, dinyatakan dalam Akta No. 131, tanggal 31 Juli 1992, dibuat di hadapan Muhani Salim, S.H., yang telah diumumkan dalam Berita Negara Republik

Indonesia No. 73 tanggal 11 September 1992 Tambahan No. 1A. BNI merupakan Bank BUMN (Badan Usaha Milik Negara) pertama

yang menjadi perusahaan publik setelah mencatatkan sahamnya di Bursa efek Jakarta dan Bursa Efek Surabaya tahun 1996. Untuk memperkuat struktur keuangan dan daya saingnya di tengah industri perbankan nasional, BNI melakukan sejumlah aksi korporasi, antara lain proses rekapitalisasi oleh Pemerintah di tahun 1999, divestasi saham Pemerintah di tahun 2007, dan penawaran umum saham terbatas di tahun 2010.

Untuk memenuhi ketentuan Undang-Undang No. 40 tahun 2007 tanggal 16 Agustus 2007 tentang Perseroan Terbatas, Anggaran Dasar BNI telah dilakukan penyesuaian. Penyesuaian tersebut dinyatakan dalam Akta No. 46 tanggal 13 Juni 2008 yang dibuat di hadapan Fathiah Helmi, S.H., notaris di Jakarta, berdasarkan keputusan Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa tanggal 28 Mei 2008 dan telah mendapat persetujuan dari Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia, dengan Surat Keputusan No. AHU-AH.01.02-50609 tanggal 12 Agustus 2008 dan telah diumumkan dalam Berita Negara Republik Indonesia No. 103 tanggal 23 Desember 2008 Tambahan No. 29015.

Perubahan terakhir Anggaran Dasar BNI dilakukan antara lain tentang penyusunan kembali seluruh Anggaran Dasar sesuai dengan Akta No. 35 tanggal 17 Maret 2015. Notaris Fathiah Helmi, S.H. telah mendapat persetujuan dari Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia, dengan surat keputusan No. AHU-AH.01.03-0776526 tanggal 14 April 2015. Saat ini, 60% saham-saham BNI dimiliki oleh Pemerintah Republik Indonesia, sedangkan 40% sisanya dimiliki oleh masyarakat, baik individu maupun institusi, domestik dan asing. BNI kini

tercatat sebagai Bank nasional terbesar ke-4 di Indonesia, dilihat dari total aset, total kredit maupun total danapihak ketiga. Dalam memberikan layanan finansial secara terpadu didukung oleh sejumlah perusahaan anak, yakni Bank BNI Syariah, BNI Multifinance, BNI Sekuritas, BNI Life Insurance, dan BNI Remittance.

BNI menawarkan layanan penyimpanan dana maupun fasilitas pinjaman baik pada segmen korporasi, menengah, maupun kecil. Beberapa produk dan layanan terbaik telah disesuaikan dengan kebutuhan nasabah sejak kecil, remaja, dewasa, hingga pensiun.

2. Visi dan Misi Perusahaan

Adapun Visi dan Misi dalam perusahaan tersebut diantaranya sebagai berikut:

a. Visi BNI

Menjadi lembaga keuangan yang terunggul dalam layanan dan kinerja secara berkelanjutan

b. Misi BNI

1. Memberikan layanan prima dan solusi digital kepada seluruh Nasabah selaku Mitra Bisnis Pilihan Utama.
2. Menjadi lembaga keuangan yang terunggul dalam layanan dan kinerja secara berkelanjutan
3. Meningkatkan nilai investasi yang unggul bagi Investor.
4. Menciptakan kondisi terbaik bagi Karyawan sebagai tempat kebanggaan untuk berkarya dan berprestasi.
5. Meningkatkan kepedulian dan tanggung jawab kepada lingkungan dan Masyarakat.

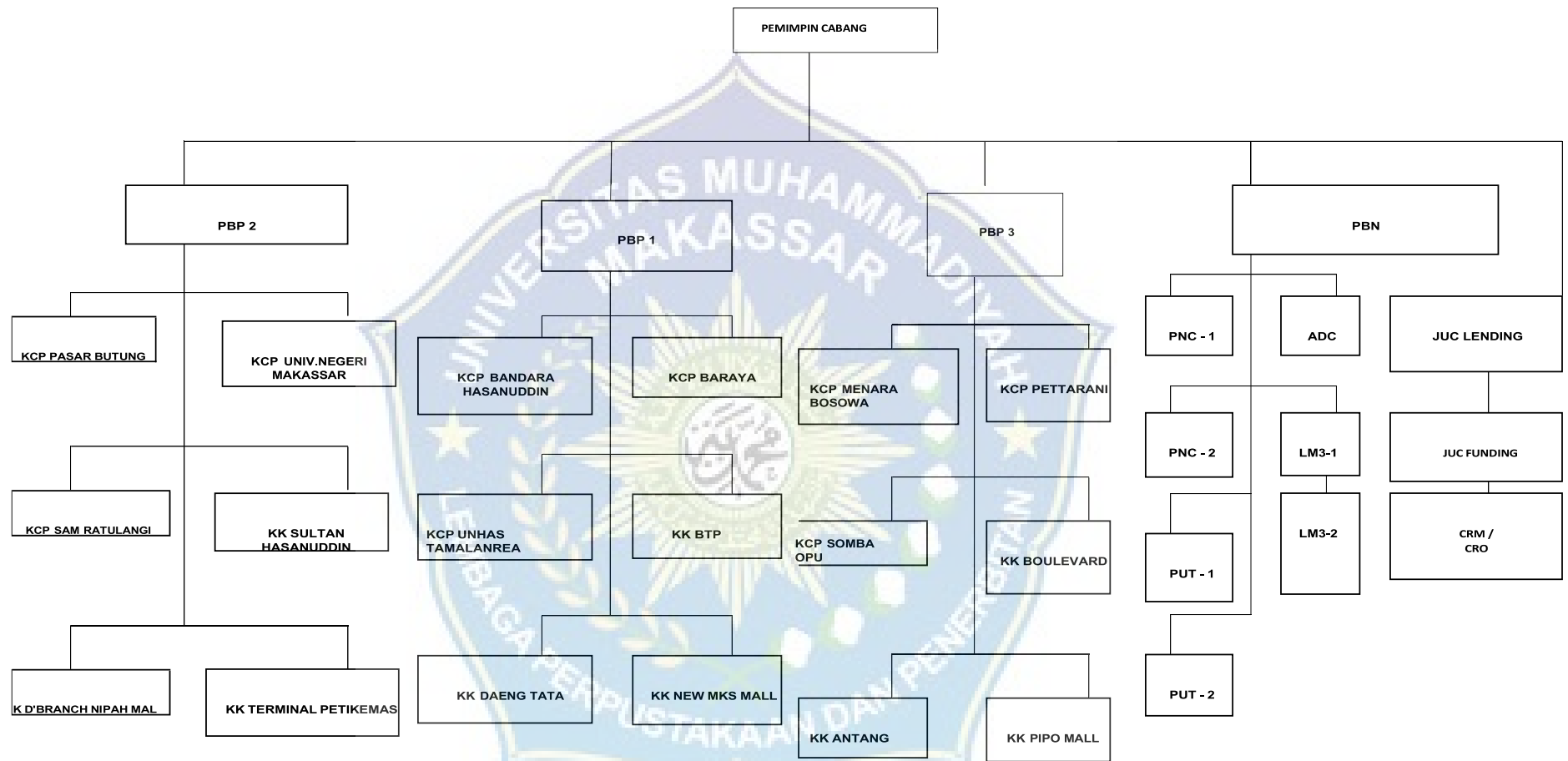
6. Menjadi acuan pelaksanaan kepatuhan dan tata kelola perusahaan yang baik bagi industri

3. Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi merupakan kerangka pembagian tugas, tanggung jawab dan wewenang yang dimiliki unit-unit organisasi untuk melaksanakan kegiatan pokok perusahaan. Berdasarkan garis wewenang dan tanggung jawab di dalam struktur organisasi, maka dapat diketahui kepada siapa seorang pegawai bertanggung jawab atas tugas yang dikerjakan.

Dalam suatu organisasi dengan segala aktivitasnya terdapat hubungan dimana orang-orang yang menjalankan aktivitas tersebut. Semakin banyak kegiatan yang dilakukan, makin kompleks pola hubungan-hubungan yang ada. Untuk menggambarkan hubungan-hubungan tersebut, dibuatlah suatu bagan yang dinamakan struktur organisasi

Tujuan struktur organisasi adalah untuk mendapatkan sistem kerja sama yang baik dan berguna bagi perusahaan agar tujuan organisasi dapat tercapai dengan sebaik-baiknya maka dalam pelaksanaannya. Karyawan harus memiliki koordinasi yaitu kontak dan keselarasan diantara karyawan.



Gambar 4.1 Sturktur Organisasi PT. Bank Negara Indonesia (Persero) tbk KC Makassar

4. Job Description

Adapun tugas dan wewenang dari masing-masing jabatan di BNI Syari'ah cabang Semarang berdasarkan struktur organisasi di atas adalah sebagai berikut

1. Pemimpin Cabang

- a. Menetapkan rencana kerja dan anggaran, sasaran usaha, tujuan yang akan dicapai, strategi dan rencana program pelaksanaan.
- b. Penyelia (mengarahkan, mengendalikan dan mengawasi) secara langsung unit-unit kerja menurut bidang tugasnya (pelayanan nasabah, pengembangan dan pengendalian usaha serta pengelolaan operasional dan administrasi) di area/wilayah kerjanya sejalan dengan sistem dan prosedur yang berlaku.
- c. Memasarkan produk dan jasa-jasa BNI Syari'ah kepada nasabah serta menggali calon nasabah potensial dalam rangka meningkatkan bisnis dan menguasai pangsa pasar di daerah kerjanya.

2. Penyelia BQA (*Branch Quality Assurance*)

- a. Memantau kinerja pegawai di wilayah BNI Syari'ah yang ditempati.
- b. Memastikan pekerjaan cabang, sesuai dengan prosedur BNI Syari'ah atau tidak.

3. Pemimpin Bidang Operasional

- a. Memberi dukungan kepada pemimpin cabang syari'ah dan bekerjasama dalam hal :
- b. Menyusun rencana kerja dan anggaran, sasaran usaha dan penetapan target pelayanan dan tujuan-tujuan lain yang akan dicapai.
- c. Mengorganisasikan serta mengelola SDM yang ada di unit front

officedan back office.

- d. Pelaksanaan penerbitan garansi bank (full over).
 - e. Penyediaan informasi dan pelayanan transaksi giro wadi'ah, tabungan mudharabah, deposito mudharabah dan produk BNI Syari'ah lainnya kepada nasabah.
 - f. Memberikan jasa pelayanan BNI Syari'ah kepada nasabah.
 - g. Pelayanan semua jenis transaksi kas tunai dan pemindahan.
 - h. Menyelia (mengarahkan, mengendalikan dan mengawasi) secara langsung seluruh unit-unit operasional yang berada di bawahnya sejalan dengan prosedur dan kebijakan yang ditetapkan oleh kantor besar USY.
 - i. Memastikan berjalannya program-program peningkatan budaya pelayanan (*service culture enhancement*) dari kantor besar USY.
5. Penyelia PNS (Pelayanan Nasabah)
- a. Menyelia langsung seluruh kegiatan pelayanan yang dilakukan asisten pelayanan nasabah antara lain meliputi :
 - 1) Pembukuan dan pengelolaan rekening/transaksi produk dan jasa dalam dan luar negeri, melayani penerbitan BNI card, phone plus serta melayani transaksi pencairan deposito.
 - 2) Melakukan referral dan cross selling kepada walk in customer serta mengarahkan nasabah untuk menggunakan saluran berbiaya rendah (ATM,phone plus) kepada nasabah yang datang.
 - 3) Bertanggung jawab untuk mengontrol dan memecahkan permasalahan yang ada, mengelola kepegawaian di unit

yang dikelolanya, memeriksa pelaporan-pelaporan yang dibuat unitnya.

- a. Mengupayakan berjalannya program-program peningkatan budaya pelayanan (*service culture enhancement*) dari kantor besar/kantor wilayah.

Penyelia pelayanan nasabah membawahi dua bagian yaitu :

- a. Asisten Pelayanan

- 1) Memberikan informasi produk dan jasa BNI Syari'ah kepada nasabah.
- 2) Mengelola dan melayani pembukaan rekening giro/wadi'ah/tabunagn/deposito mudharabah.
- 3) Melaksanakan *cross selling*.

- b. Teller

Di bawah penyeliaan, pengendalian serta pengawasan atasannya bertanggung jawab penuh untuk menyediakan pelayanan transaksi kas/tunai, pemindahan, kliring serta keuangan lainnya kepada nasabah sesuai dengan standar layanan yang ditetapkan.

- c. Penyelia Operasional

1. Menyelia langsung pegawai di unit administrasi domestik dan kliring dalam melaksanakan kegiatan meliputi :
 - a. Mengelola transaksi kliring dan inkaso.
 - b. Melaksanakan entry transaksi secara kliring /pemindahan ke dalam sistem.
 - c. Mengelola daftar hitam atau nasabah penarik cek kosong.

- d. Mengelola komunikasi cabang.
- e. Menyelesaikan transaksi daftar pos terbuka (DPT) rupiah.

Penyelia operasional membawahi dua bagian yaitu :

a. Asisten Administrasi Pembiayaan

- 1) Mengelola administrasi pembiayaan dan *portepel* (saldo list) pembiayaan.
- 2) Memantau proses pemberian pembiayaan.
- 3) Mengelola penerbitan jaminan bank.

b. Asisten Kliring

- 1) Mengelola transaksi kliring.
- 2) Malaksanakan entry transaksi keuangan secara kliring/pemindahan ke dalam sistem.
- 3) Mengelola daftar hitam atau nasabah penarik cek kosong.
- 4) Mengelola komunikasi cabang.
- 5) Menyelesaikan transaksi daftar pos terbuka (DPT) rupiah

B. Penyelia KUS

- 1. Menyelia seluruh pegawai di unit administrasi keuangan dan umum untuk memberikan pelayanan terbaik dalam pengelolaan administrasi keuangan dan umum cabang syari'ah dalam usaha :
 - a. Mengelola sistem otomatisasi di kantor cabang syari'ah dan cabang pembantu syari'ah.
 - b. Mengelola kebenaran dan sistem transaksi keuangan cabang syari'ah dan cabang pembantu syari'ah.
 - c. Mengelola laporan harian sistem kantor cabang syari'ah dan

cabang pembantu syari'ah.

- d. Mengelola laporan kantor cabang syari'ah. Menyelia langsung seluruh kegiatan pengelolaan administrasi dan kepegawaian, kebutuhan logistik, akomodasi, transportasi dan penyelenggaraan administrasi umum dan kearsipan.
- e. Mendukung berjalannya program-program peningkatan budayapelayanan dari kantor besar.

Penyelia umum membawahi beberapa bagian yaitu :

a. Asisten akuntansi

- 1) Mengelola sistem otomatisasi di kantor cabang syari'ah dan cabang pembantu syari'ah.
- 2) Mengelola kebenaran dan sistem transaksi keuangan cabang syari'ah dan cabang pembantu syari'ah.
- 3) Mengelola laporan harian sistem kantor cabang syari'ah dan cabang pembantu syari'ah.
- 4) Mengendalikan transaksi pembukuan kantor cabang syari'ah dan cabang pembantu syari'ah.
- 5) Pengelolaan administrasi kepegawaian.

b. Satpam melaksanakan pengamanan di masing-masing pospenjagaan yang menjadi daerah kerjanya.

c. Petugas Non Administrasi

- d. Membantu pengelolaan administrasi umum, kebutuhan logistik, dan urusan kerumah tanggaan.
- e. Sopir, melayani transportasi pegawai untuk keperluan dinas.
- f. Jaga Malam Melaksanakan pengamanan di masing-masing po

penjagaan yang menjadi daerah kerjanya.

Penyelia PPS (Pemasaran Bisnis)

1. Menyelia langsung kegiatan pemasaran bisnis pada unit kerjanya.
2. Mendukung berjalannya program-program peningkatan budaya

pelayanan (*service culture enhancement*) dari kantor besar.

Penyelia pemasaran bisnis membawahi dua bagian yaitu :

1. PPM (Pengelola Pemasaran)
 - a. Memasarkan produk dan jasa perbankan kepada nasabah atau calon nasabah.
 - b. Mengelola permohonan pembiayaan, pemantauan nasabah dan kualitas protepel pembiayaan atau kolektibilitas pembiayaan.
 - c. Membantu dan membina hubungan dengan kantor besar USY / cabang syari'ah lainnya
2. Aspem (Analisis Pemasaran)
 - a. Di bawah penyeliaan atasannya berperan aktif dalam melaksanakan kegiatan memasarkan dan mengelola pembiayaan produktif.
 - b. Membantu memasarkan produk dan jasa BNI Syari'ah kepada nasabah atau calon nasabah.
 - c. Membina hubungan dan memantau perkembangan aktivitas nasabah non ritel

Produk Tabungan PT Bank Negara Indonesia

1. BNI TAPLUS

Adalah produk tabungan BNI yang memberi nilai tambah

kepada nasabahnya berupa suku bunga yang progresif dengan tingkat bunga yang menarik, keikutsertaan dalam program undian berhadiah, dan dapat memilih jenis Kartu Debit BNI Silver, Gold, atau Platinum. Berikut persyaratan dan biaya administrasinya

2. BNI TAPLUS BISNIS

BNI Taplus Bisnis merupakan jenis tabungan yang diperuntukkan bagi pelaku usaha dengan beberapa fitur kemudahan dan fasilitas untuk menunjang kemudahan dalam berbisnis. Beberapa keunggulan produk ini, di antaranya info cash flow setiap akhir bulan, fasilitas notifikasi transaksi melalui SMS, rincian transaksi tercetak lengkap di buku tabungan, dan fasilitas Sweep Account.

3. BNI TAPLUS MUDA

BNI Taplus Muda merupakan produk tabungan BNI yang diperuntukkan bagi anak-anak muda berusia 15-25 tahun. Beberapa fasilitas yang ada diproduk ini meliputi fasilitas e-banking, BNI CDM, BNI Cashless, dan layanan notifikasi via SMS.

4. BNI TAPPA

BNI Tappa merupakan produk tabungan BNI yang diperuntukkan bagi pegawai suatu perusahaan yang menjalin kerja sama dengan BNI yang berfungsi sebagai tabungan atau kartu identitas pegawai. Salah satu fasilitas yang ada di produk ini, yaitu dapat digunakan untuk berbagai macam kebutuhan transaksi di seluruh jaringan BNI.

5. BNI TAPMA

BNI Taplus Mahasiswa merupakan tabungan yang khusus untuk mahasiswa perguruan tinggi yang bekerja sama dengan BNI, berfungsi sebagai keperluan untuk membayar SPP, dan lainnya. Dengan tabungan ini, nasabah atau mahasiswa akan memiliki kartu mahasiswa yang berfungsi sebagai kartu identitas untuk keperluan absensi, akses door, dan lain-lain.

6. BNI HAJI

Sesuai dengan namanya, jenis tabungan BNI Haji diperuntukkan bagi calon nasabah untuk mempersiapkan dana haji. Beberapa manfaat dari tabungan ini di antaranya meringankan persiapan dana haji, membantu merencanakan dana haji, dan kemudahan penyetoran dana di seluruh jaringan BNI.

7. BNI TAPENAS

BNI Tapenas merupakan jenis tabungan untuk memudahkan perencanaan masa depan (simpanan berjangka untuk perencanaan keuangan). Keunggulannya, tersedia dalam mata uang rupiah dan dolar, bebas menentukan jangka waktu dari 2-18 tahun, bebas menentukan setoran bulanan mulai dari Rp100.000-Rp5.000.000 (kelipatan Rp50.000) atau US\$20-US\$500 (kelipatan US\$10).

8. BNI TAPLUS ANAK

Produk tabungan BNI yang diperuntukkan untuk anak-anak dengan usia <17 tahun. Beberapa manfaat memiliki tabungan ini adalah buku tabungan dan kartu akan tercetak nama

anak, memberikan kesempatan kepada anak untuk belajar melakukan transaksi sendiri di ATM dan transaksi perbankan lain, serta orang tua masih bisa mengawasi transaksi rekening anak karena ada notifikasi SMS.

9. BNI SIMPANAN PELAJAR

Tabungan untuk siswa PAUD, TK, SD, SMP, dan SMA sederajat yang diterbitkan secara nasional di seluruh Indonesia. Beberapa manfaatnya adalah mendorong anak untuk gemar menabung, memberikan edukasi tentang keuangan kepada anak sejak dini, dan melatih pengelolaan keuangan anak.

10. TABUNGANKU

TabunganKu adalah produk simpanan BNI dengan persyaratan mudah dan ringan dengan setoran awal minimal Rp20.000.

11. BNI GIRO

Produk tabungan dari BNI sebagai sarana transaksi giro. Beberapa kemudahan dari jenis tabungan ini, di antaranya penarikan dana giro dengan menggunakan buku cek dan perintah pembayaran lainnya dan fasilitas kliring antar wilayah.

12. BNI DOLLAR

Produk tabungan BNI dalam mata uang asing dengan nilai tukar yang lebih stabil dan aman. Keuntungannya suku bunga valas yang menarik, pilihan mata uang USD dan SGD, serta dana BNI Dollar dapat dijamin untuk mendapatkan kredit.

13. BNI DEPOSITO

Simpanan berjangka dengan tingkat suku bunga yang kompetitif, dapat dijadikan jaminan kredit, dan tersedia dalam banyak mata uang (USD, JPY, GBP, SGD, HKD, EUR). Bunga dari BNI Deposito dapat ditransfer ke rekening tabungan giro atau menambah pokok simpanan.

B. Hasil Penelitian

1. Analisis Deskriptif

a. Deskripsi Responden

Deskripsi responden digunakan untuk mengetahui keragaman responden berdasarkan jenis kelamin, usia dan Pendidikan akhir.

1) Jenis kelamin

Keragaman responden berdasarkan jenis kelamin dapat ditunjukkan pada table berikut:

Tabel 4.1
Responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis kelamin	Jumlah	Presentase
Laki-laki	45	52,94%
Perempuan	40	47,06 %
Total	85	100 %

Sumber : data primer

Berdasarkan karakteristik jenis kelamin pada tabel tersebut terlihat bahwa responden laki-laki sebanyak 45 orang dengan presentase 52,94 % dan responden perempuan yaitu sebanyak 40 orang dengan presentase sebesar 47,06 %.

2) Usia

Keberagaman responden berdasarkan usia dapat ditunjukkan pada tabel berikut :

Tabel 4.2
Responden berdasarkan usia

Usia	Jumlah	Presentase
20-30 tahun	43	50,58 %
31-40 tahun	22	25,88 %
≥ 41 tahun	20	23,62 %
Total	85	100 %

Sumber : data primer

Berdasarkan karakteristik usia terlihat bahwa responden usia 20-30 tahun sebanyak 43 orang dengan presentase 50.58 % responden dengan usia 31-40 tahun sebanyak 22 orang dengan presentase 25,88 % responden dengan usia ≥ 41 tahun sebanyak 20 orang dengan presentase 23,62 %

3) Pendidikan trakhir

Keberagaman responden berdasarkan Pendidikan trakhir dapat tunjukan pada tabel berikut:

Tabel 4.3
Responden berdasarkan Pendidikan trakhir

Pendidikan	Jumlah	Presentase
SLTA	30	35,94 %
D3	10	11,84 %
S1	41	48,36 %
S2	4	4,7 %
Total	85	100 %

Sumber : data primer

Berdasarkan karakteristik Pendidikan terakhir pada tabel tersebut terlihat bahwa responden SLTA yaitu 30 orang dengan presentase 35,94%, responden D3 yaitu 10 orang dengan presentase 11,84 %, responden S1 yaitu 41 orang dengan presentase 48,36 % , responden S2 yaitu 4 orang dengan presentase 4,7 %.

b. Deskripsi Data Variabel Penelitian

1) Frekuensi Jawaban Responden Variabel Kualitas Layanan (X)

Frekuensi jawaban responden pada variabel kualitas layanan disajikan pada tabel 4.1. Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa distribusi frekuensi variabel kualitas layanan terdiri dari 7 pernyataan. Jika dilihat dari hasil analisis diketahui bahwa yang memiliki mean tertinggi yaitu X.1 dengan angka **4.24** dan X.6 dengan angka **4.24** sedangkan yang memiliki mean terendah yaitu X.4 dengan angka **4.08**

Tabel 4.4 Distribusi Jawaban Responden Variabel Kualitas Layanan (X)

Indikator	Skala Pengukuran										Total	Mean
	1 (STS)		2 (TS)		3 (N)		4 (S)		5 (SS)			
	Frek.	%	Frek.	%	Frek.	%	Frek.	%	Frek.	%		
X.1	0	0	0	0	14	16.5	37	43.5	34	40.0	360	4.24
X.2	0	0	2	2.4	7	8.2	57	67.1	19	22.4	348	4.09
X.3	0	0	0	0	5	5.9	59	69.4	21	24.7	356	4.19
X.4	0	0	3	3.5	5	5.9	59	69.4	18	21.2	347	4.08
X.5	0	0	0	0	12	14.1	47	55.3	26	30.6	354	4.16
X.6	0	0	0	0	4	4.7	57	67.1	24	28.2	360	4.24
X.7	0	0	4	4.7	9	10.6	46	54.1	26	30.6	353	4.11
												4.15

Sumber : Data diolah SPSS Versi 23, 2023

2) Frekuensi Jawaban Responden Variabel Kepuasan Nasabah (Y)

Frekuensi jawaban responden pada variabel kepuasan nasabah disajikan pada tabel 4.2. Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa distribusi frekuensi variabel kepuasan nasabah terdiri dari 6 pernyataan. Jika dilihat dari hasil analisis diketahui bahwa yang memiliki mean tertinggi yaitu Y.4 dengan angka **4.40** sedangkan yang memiliki mean terendah yaitu Y.3 dengan angka **3.99**

Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Responden Variabel Kepuasan Nasabah (Y)

Indikator	Skala Pengukuran										Total	Mean
	1 (STS)		2 (TS)		3 (N)		4 (S)		5 (SS)			
	Frek.	%	Frek.	%	Frek.	%	Frek.	%	Frek.	%		
Y.1	0	0	0	0	10	11.8	33	38.8	42	49.4	372	4.38
Y.2	0	0	2	2.4	9	10.6	40	47.1	34	40.0	361	4.25
Y.3	2	2.4	3	3.5	13	15.3	43	50.6	24	28.2	339	3.99
Y.4	2	2.4	2	2.4	5	5.9	27	31.8	49	57.6	362	4.40
Y.5	4	4.7	0	0	7	8.2	33	38.8	41	48.2	362	4.26
Y.6	4	4.7	9	10.6	4	4.7	31	36.5	37	43.5	343	4.04
												4.22%

Sumber : Data diolah SPSS Versi 23, 2023

2. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Kriteria yang digunakan untuk menyatakan suatu instrument dianggap valid atau layak digunakan dalam pengujian hipotesis apabila *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari r-tabel atau **df = (N-2)**
= 0.213

Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	Corrected item-total correlation	r-tabel	Ket.
Kualitas Layanan (X)	X.1	0.827	0.213	Valid
	X.2	0.789	0.213	Valid
	X.3	0.863	0.213	Valid
	X.4	0.791	0.213	Valid
	X.5	0.934	0.213	Valid
	X.6	0.755	0.213	Valid
	X.7	0.770	0.213	Valid
Kepuasan Nasabah (Y)	Y.1	0.580	0.213	Valid
	Y.2	0.501	0.213	Valid
	Y.3	0.588	0.213	Valid
	Y.4	0.526	0.213	Valid
	Y.5	0.516	0.213	Valid
	Y.6	0.675	0.213	Valid

Sumber : Data diolah SPSS Versi 23, 2023

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Reliabilitas diukur dengan uji statistik *cronbach's alpha* (α). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach's alpha* > 0.60 . Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan (X)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.795	8

Sumber: Output SPSS Versi 23, 2023

Berdasarkan tabel hasil uji reliabilitas variabel X di atas, 7 pernyataan memiliki *cronbach's alpha* yang lebih besar dari 0.60 yaitu sebesar

0.795. Berdasarkan ketentuan di atas maka indikator atau pernyataan dalam penelitian ini dikatakan reliabel.

Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Nasabah (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.721	7

Sumber: Output SPSS Versi 23, 2023

Berdasarkan tabel hasil uji reliabilitas variabel Y di atas, 6 pernyataan memiliki nilai *cronbach's alpha* yang lebih besar dari 0.60 yaitu sebesar **0.721**. Berdasarkan ketentuan di atas maka indikator atau pernyataan dalam penelitian ini dikatakan reliabel.

3. Analisis Regresi Linear Sederhana

Tabel 4.9 Hasil Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17.646	2.549		6.924	.000
	kualitas layanan	.263	.087	.315	3.029	.003

a. Dependent Variable: kepuasan nasabah

Sumber: Output SPSS, 2023

Dari tabel di atas diperoleh persamaan regresi linear sederhana sebagai berikut:

$$Y = a + b X$$

$$Y = 17.646 + 0.263 X$$

Persamaan di atas dijelaskan sebagai berikut:

$a = 17.646$ merupakan nilai konstanta, jika nilai X_1 dianggap 0 maka nilai dari kepuasan nasabah adalah sebesar 17.646.

$\beta_x = 0.263$ artinya variabel kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah dan apabila variabel kepuasan nasabah meningkat satu satuan, maka kualitas layanan akan meningkat sebesar 0.263 satuan

4. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Diketahui t_{tabel} sebesar **1.663**. Nilai ini didapatkan dari rumus $df = n - k = 1.663$. Hasil uji t pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.10 Hasil Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17.646	2.549		6.924	.000
	kualitas layanan	.263	.087	.315	3.029	.003

a. Dependent Variable: kepuasan nasabah

Sumber: Output SPSS, 2023

Berdasarkan tabel di atas diperoleh dari nilai koefisien pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah diperoleh nilai t_{hitung} **3.029** > t_{tabel} **1.663** dan nilai signifikan = 0.003 < 0.05. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Negara Indonesia (BNI) Cabang Makassar.

b. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4.11 Hasil Analisis Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.315 ^a	.100	.089	2.905	2.147

a. Predictors: (Constant), kualitas layanan

b. Dependent Variable: kepuasan nasabah

Sumber: Output SPSS, 2023

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan koefisien determinasi = **0.089**, artinya variabel kualitas layanan mempengaruhi variabel kepuasan nasabah sebesar 08.9%, sisanya sebesar 91.1% dipengaruhi variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

C. Pembahasan

Secara umum hasil pengujian terhadap variabel kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Negara Indonesia (BNI) Cabang Makassar.

Pembahasan dalam penelitian ini yaitu hasil pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi linear sederhana yang kemudian dijelaskan dalam pembahasan sebagai berikut:

Dasar pengambilan keputusan yaitu jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat, dan jika nilai $sig < 0.05$ maka variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Berdasarkan hasil analisis untuk variabel kualitas layanan menunjukkan bahwa uji t menghasilkan nilai t_{hitung} **3.029** $>$ t_{tabel} **1.663** dan nilai signifikan = $0.003 < 0.05$. Hal ini berarti variabel kualitas layanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Titaniya Papatungan, Lucky F. Tamengkel, Olivia F.C Walangitan (2021), dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT JNE Kotamobagu. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan fakta yang ada pada lapangan atau lokasi penelitian didapatkan bahwa pada dasarnya kehandalan yang dimiliki karyawan pada Bank Indonesia (BNI) Cabang Makassar berpengaruh dan hal yang paling diperhatikan oleh nasabah sehingga semakin baik kehandalan karyawan maka kepuasan nasabah juga semakin baik. Begitupun dengan jaminan dan empati karyawan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah sehingga semakin baik pelayanan dalam segi jaminan dan empati maka tingkat kepuasan nasabah juga akan meningkat. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yunita M. Sumual (2021) dengan judul penelitian Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT Otomoto Mantos dimana didapatkan bahwa analisis korelasi menunjukkan nilai korelasi person dari kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan adalah sebesar 0.918 yang berarti kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan tersebut memiliki derajat/tingkat hubungan yang sangat kuat. Dan dari hasil analisis regresi sederhana nilai koefisien regresi kualitas pelayanan sebesar 0.486 berarti koefisien bernilai positif yang artinya kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Dan dari hasil uji t parsial terlihat nilai signifikan, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang artinya kepuasan pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap kualitas pelayanan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan mobile banking pada PT. Bank Negara Indonesia (BNI) Cabang Makassar berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah artinya bahwa semakin baik kualitas layanan mobile banking pada PT Bank Negara Indonesia (BNI) cabang makassar maka kepuasan nasabah akan meningkat sehingga jumlah nasabah juga meningkat.

B. Saran

1) Bagi Instansi

Hasil penelitian ini di harapkan dapat memberikan pengetahuan saran maupun masukan bagi PT. Bank Negara Indonesia (BNI) Cabang Makassar. Berikut adalah saran terhadap kualitas layanan yang mungkin dapat diperbaiki oleh pihak perusahaan:

- a) Penelitian ini menunjukkan bahwa mobile banking dapat digunakan dalam 24 jam sebagai variable yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Namun di sisil lain, hal tersebut masih kurang di rasakan optimal karena menurut Sebagian nasabah tidak setuju bahwa mobile banking BNI dapat di akses dalam 24 jam.
- b) Pada penelitian ini, menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah setuju jika mobile banking BNI memberikan layanan sesuai yang di janjikan kepada nasabah. Akan tetapi ada beberapa nasabah

menyatakan tidak setuju akan hal tersebut. Hal ini harus di perhatikan oleh pihak Bank BNI karena dapat mengurangi kepuasan nasabah karena nasabah menginginkan hal yang telah di janjikan berupa kerahasiaan dan keamanan data pribadi nasabah.

- c) Penelitian ini memiliki hasil asumsi responden mengenai kualitas layanan mobile banking dalam kategori baik, maka diharapkan kepada Bank BNI untuk lebih meningkatkan kualitas layanan mobile banking.

2) Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan juga tambahan referensi dikalangan akademik dalam melakukan penelitian sejenis dan mengembangkannya dimasa yang akan datang.



DAFTAR PUSTAKA

- Ainul Yaqin dan Aniek Dan Maschudah Ilfitriah (2014) —Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Pengguna EBanking Di Surabaya, *Journal of Business and Banking*, Volume 4, No. 2, November 2014, hal. 245 – 260.
- Ali, Hasan . 2013. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta. CAPS (Center For Academic Publishing Service)
- Bungin, Burhan. 2011. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana Predana Media Group Lupiyoadi dan Hamdani, 2006.
- Fandy Tjiptono. 2012. *Strategi Pemasaran*, ed. 3, Yogyakarta, Andi.
- Karin, A. Roger, 2013, *Marketing in Asia Edition*, Megrawhill: Companies.
- Kotler, K.(2009). *Manajemen Pemasaran 1*. Edisi ketiga belas. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education, Inc
- Kotler, Philip, 2002, *Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan Implementasi dan Kontrol*, Jilid I, Penerbit Prenhallindo: Jakarta.
- Lewis, R., & Booms, B. (2012). *The marketing aspek of service quality*. Chicago: American marketing the association Chicago.
- Lovelock, C, dan John Wirtz, 2011. “*Pemasaran Jasa Perspektif edisi 7*”. Jakarta : Erlangga
- Lovelock, C. and E. Gummesson (2004), *Whither Services Marketing?* *Journal of Service Research*, 7 (1), 20-41.
- Nurastuti, W. (2011). *Teknologi Perbankan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Rangkuti, Freddy. 2013. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.



LAMPIRAN

Kualitas Layanan

No	Pertanyaan	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1	Nasabah dapat bertransaksi dengan mudah dan cepat menggunakan <i>Mobile Banking</i> BNI					
2	<i>Mobile Banking</i> BNI dapat digunakan selama 24 jam dan dapat diakses dimanapun					
3	Tampilan aplikasi <i>Mobile Banking</i> BNI didesain secara jelas, menarik dan informatif					
4	<i>Mobile Banking</i> BNI memberikan layanan sesuai yang dijanjikan					
5	Bank memberikan keamanan dan menjaga kerahasiaan saat bertransaksi dengan layanan <i>Mobile Banking</i> BNI					
6	Keluhan terhadap <i>Mobile Banking</i> BNI ditanggapi dengan cepat					
7	Nasabah dapat dengan mudah menghubungi BNI apabila terdapat keluhan					



Kepuasan Nasabah

No	Pertanyaan	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1	Nasabah menerima kemudahan saat bertransaksi dengan <i>mobile banking</i> BNI					
2	Nasabah menerima layanan <i>mobile banking</i> BNI dengan cepat					
3	Saya lebih sering menggunakan layanan <i>mobile banking</i> BNI untuk bertransaksi					
4	Dengan adanya layanan <i>mobile banking</i> BNI saya sudah sangat jarang melakukan transaksi di ATM BNI					
5	Nasabah merekomendasikan orang lain untuk menjadi nasabah di BNI terutama menggunakan produk <i>mobile banking</i>					
6	Nasabah merekomendasikan dan mendorong orang lain untuk menggunakan jasa BNI terutama produk <i>mobile banking</i>					



Lampiran 1 Tabulasi Data

NO	KUALITAS LAYANAN (X)								KEPUASAN NASABAH (Y)						
1	5	4	4	5	5	5	5	33	5	5	4	5	4	5	28
2	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	5	2	23
3	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	4	24
4	5	5	4	4	5	5	5	33	4	5	5	5	5	5	29
5	4	4	4	4	4	3	4	27	4	4	4	4	4	4	24
6	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	5	5	30
7	3	4	4	4	3	4	3	25	3	3	3	4	4	4	21
8	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	5	5	30
9	4	4	4	3	4	4	4	27	5	4	3	3	4	4	23
10	5	4	5	4	5	4	5	32	4	5	4	5	5	5	28
11	3	3	3	2	3	4	4	22	3	3	3	5	3	1	18
12	4	4	4	4	4	5	4	29	4	4	4	4	4	5	25
13	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	4	24
14	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	4	24
15	3	4	4	4	4	4	4	27	3	4	4	4	4	4	23
16	4	2	3	4	4	4	4	25	4	4	1	4	4	4	21
17	4	3	4	4	4	4	4	27	5	5	5	2	5	1	23
18	5	4	4	4	4	4	2	27	4	3	4	4	4	4	23
19	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	5	2	23
20	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	3	4	23
21	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	3	4	3	5	23
22	5	4	4	4	4	4	4	29	5	5	5	5	1	2	23
23	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	4	5	4	5	28
24	3	4	4	4	3	4	3	25	4	4	1	5	4	2	20
25	5	5	5	5	5	5	5	35	4	5	5	4	5	5	28
26	4	4	4	3	4	4	4	27	3	4	3	3	4	5	22
27	5	4	5	4	5	4	5	32	5	5	4	4	4	4	26
28	4	3	4	4	4	4	4	27	5	5	4	5	1	2	22
29	5	4	4	4	4	4	2	27	3	5	3	5	1	5	22
30	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	3	23
31	3	4	4	4	3	4	3	25	3	4	4	1	5	3	20
32	5	5	5	5	5	5	5	35	4	5	5	5	4	5	28
33	3	4	4	4	3	4	3	25	4	4	4	1	3	4	20
34	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	5	4	29
35	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	3	5	5	28
36	3	4	4	4	3	4	3	25	5	3	2	3	5	2	20
37	4	4	4	4	4	3	4	27	4	4	4	4	5	2	23
38	5	5	5	5	5	5	5	35	4	4	4	4	4	4	24

39	3	4	4	4	3	4	3	25	4	5	5	5	5	5	29
40	5	5	5	5	5	5	5	35	4	4	4	4	4	4	24
41	4	4	4	3	4	4	4	27	5	5	5	5	5	5	30
42	5	4	5	4	5	4	5	32	3	3	3	4	4	4	21
43	3	3	3	2	3	4	4	22	5	5	5	5	5	5	30
44	4	4	4	4	4	5	4	29	5	4	3	3	4	4	23
45	4	4	4	4	4	4	4	28	4	5	4	5	5	5	28
46	4	4	4	4	4	4	4	28	3	3	3	5	3	1	18
47	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	5	25
48	4	4	4	4	4	4	4	28	5	5	5	2	5	1	23
49	5	4	4	4	4	4	4	29	4	3	4	4	4	4	23
50	5	5	5	5	5	5	5	35	4	4	4	4	5	2	23
51	5	4	4	4	4	4	4	29	4	4	4	4	3	4	23
52	5	5	5	5	5	5	5	35	4	4	3	4	3	5	23
53	3	4	4	4	3	4	3	25	5	5	5	5	1	2	23
54	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	4	5	4	5	28
55	4	4	4	3	4	4	4	27	4	5	4	4	4	4	25
56	5	4	5	4	5	4	5	32	5	4	4	5	5	4	27
57	4	3	4	4	4	4	4	27	5	5	2	5	5	4	26
58	5	4	4	4	4	4	2	27	5	4	4	5	5	5	28
59	5	5	4	4	5	5	5	33	4	5	4	5	5	5	28
60	4	4	4	4	4	3	4	27	5	5	4	5	5	5	29
61	5	4	4	5	5	5	5	33	5	4	4	5	5	4	27
62	4	4	4	4	4	4	4	28	5	5	4	5	5	5	29
63	4	4	4	4	4	4	4	28	5	4	5	5	5	4	28
64	5	5	4	4	5	5	5	33	5	4	3	5	4	4	25
65	4	4	4	4	4	3	4	27	5	5	4	5	5	5	29
66	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	4	5	29
67	3	4	4	4	3	4	3	25	4	5	5	5	5	5	29
68	5	5	5	5	5	5	5	35	5	2	5	5	5	5	27
69	4	4	4	3	4	4	4	27	5	5	4	5	5	5	29
70	5	4	5	4	5	4	5	32	3	4	3	5	5	4	24
71	3	3	3	2	3	4	4	22	5	4	5	5	5	5	29
72	4	4	4	4	4	5	4	29	5	4	4	5	5	4	27
73	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	5	4	5	26
74	4	4	4	4	4	4	4	28	5	5	5	4	5	5	29
75	3	4	4	4	4	4	4	27	5	4	5	5	4	4	27
76	4	2	3	4	4	4	4	25	5	5	4	5	5	5	29
77	4	3	4	4	4	4	4	27	5	2	5	5	4	5	26
78	5	4	4	4	4	4	2	27	3	5	2	5	5	4	24
79	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	5	5	5	27

80	4	4	4	4	4	4	4	28	5	4	4	5	5	4	27
81	4	4	4	4	4	4	4	28	5	4	4	5	5	3	26
82	5	4	4	4	4	4	4	29	5	3	5	5	4	5	27
83	5	5	5	5	5	5	5	35	5	4	4	5	5	4	27
84	3	4	4	4	3	4	3	25	5	3	3	5	4	5	25
85	5	5	5	5	5	5	5	35	5	4	5	5	4	3	26



Lampiran 2 Hasil Uji Validitas Kualitas Layanan (X)

CORRELATIONS

/VARIABLES=X.1 X.2 X.3 X.4 X.5 X.6 X.7 TOTAL

/PRINT=TWOTAIL NOSIG

/STATISTICS DESCRIPTIVES

/MISSING=PAIRWISE.

Correlations

		Notes
Output Created		18-APR-2023 22:03:22
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	85
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each pair of variables are based on all the cases with valid data for that pair.
Syntax		CORRELATIONS /VARIABLES=X.1 X.2 X.3 X.4 X.5 X.6 X.7 TOTAL /PRINT=TWOTAIL NOSIG /STATISTICS DESCRIPTIVES /MISSING=PAIRWISE.
Resources	Processor Time	00:00:00.03
	Elapsed Time	00:00:00.03

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
X.1	4.24	.718	85
X.2	4.09	.629	85
X.3	4.19	.523	85
X.4	4.08	.640	85
X.5	4.16	.652	85
X.6	4.24	.527	85
X.7	4.11	.772	85
TOTAL	29.11	3.648	85

Correlations									
		X.1	X.2	X.3	X.4	X.5	X.6	X.7	TOTAL
X.1	Pearson Correlation	1	.530**	.641**	.579**	.883**	.513**	.535**	.827**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85
X.2	Pearson Correlation	.530**	1	.777**	.631**	.600**	.615**	.445**	.789**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85
X.3	Pearson Correlation	.641**	.777**	1	.735**	.746**	.529**	.569**	.863**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85
X.4	Pearson Correlation	.579**	.631**	.735**	1	.652**	.577**	.416**	.791**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85
X.5	Pearson Correlation	.883**	.600**	.746**	.652**	1	.614**	.793**	.934**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85
X.6	Pearson Correlation	.513**	.615**	.529**	.577**	.614**	1	.553**	.755**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85
X.7	Pearson Correlation	.535**	.445**	.569**	.416**	.793**	.553**	1	.770**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85
TOTAL	Pearson Correlation	.827**	.789**	.863**	.791**	.934**	.755**	.770**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	85	85	85	85	85	85	85	85

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran 3 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Layanan (X)

RELIABILITY

/VARIABLES=X.1 X.2 X.3 X.4 X.5 X.6 X.7 TOTAL

/SCALE('ALL VARIABLES') ALL

/MODEL=ALPHA

/STATISTICS=DESCRIPTIVE SCALE

/SUMMARY=TOTAL.

Reliability

		Notes	
Output Created			18-APR-2023 22:03:40
Comments			
Input	Active Dataset	DataSet0	
	Filter	<none>	
	Weight	<none>	
	Split File	<none>	
	N of Rows in Working Data File		85
	Matrix Input		
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.	
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.	
Syntax		RELIABILITY /VARIABLES=X.1 X.2 X.3 X.4 X.5 X.6 X.7 TOTAL /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA /STATISTICS=DESCRIPTIVE SCALE /SUMMARY=TOTAL.	
Resources	Processor Time		00:00:00.02
	Elapsed Time		00:00:00.02

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	85	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	85	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.795	8

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
X.1	4.24	.718	85
X.2	4.09	.629	85
X.3	4.19	.523	85
X.4	4.08	.640	85
X.5	4.16	.652	85
X.6	4.24	.527	85
X.7	4.11	.772	85
TOTAL	29.11	3.648	85

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X.1	53.98	45.095	.791	.761
X.2	54.12	46.391	.753	.769
X.3	54.02	46.928	.843	.771
X.4	54.13	46.257	.755	.768
X.5	54.05	44.783	.921	.756
X.6	53.98	47.714	.722	.777
X.7	54.11	45.167	.721	.764
TOTAL	29.11	13.310	1.000	.913

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
58.21	53.240	7.297	8

Lampiran 4 Hasil Uji Validitas Kepuasan Nasabah (Y)

CORRELATIONS

/VARIABLES=Y.1 Y.2 Y.3 Y.4 Y.5 Y.6 TOTAL

/PRINT=TWOTAIL NOSIG

/STATISTICS DESCRIPTIVES

/MISSING=PAIRWISE.

Correlations

Notes

Output Created		18-APR-2023 22:05:24
Comments		
Input	Active Dataset Filter Weight Split File N of Rows in Working Data File	DataSet0 <none> <none> <none> 85
Missing Value Handling	Definition of Missing Cases Used	User-defined missing values are treated as missing. Statistics for each pair of variables are based on all the cases with valid data for that pair.
Syntax		CORRELATIONS /VARIABLES=Y.1 Y.2 Y.3 Y.4 Y.5 Y.6 TOTAL /PRINT=TWOTAIL NOSIG /STATISTICS DESCRIPTIVES /MISSING=PAIRWISE.
Resources	Processor Time Elapsed Time	00:00:00.02 00:00:00.15

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Y.1	4.38	.690	85
Y.2	4.25	.738	85
Y.3	3.99	.893	85
Y.4	4.40	.889	85
Y.5	4.26	.966	85
Y.6	4.04	1.159	85
TOTAL	25.31	3.043	85

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	TOTAL
Y.1	Pearson Correlation	1	.236*	.394**	.237*	.192	.132	.580**
	Sig. (2-tailed)		.030	.000	.029	.079	.228	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85
Y.2	Pearson Correlation	.236*	1	.257*	.120	.076	.184	.501**
	Sig. (2-tailed)	.030		.017	.275	.488	.091	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85
Y.3	Pearson Correlation	.394**	.257*	1	.096	.142	.184	.588**
	Sig. (2-tailed)	.000	.017		.382	.196	.091	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85
Y.4	Pearson Correlation	.237*	.120	.096	1	.017	.310**	.526**
	Sig. (2-tailed)	.029	.275	.382		.880	.004	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85
Y.5	Pearson Correlation	.192	.076	.142	.017	1	.236*	.516**
	Sig. (2-tailed)	.079	.488	.196	.880		.029	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85
Y.6	Pearson Correlation	.132	.184	.184	.310**	.236*	1	.675**
	Sig. (2-tailed)	.228	.091	.091	.004	.029		.000
	N	85	85	85	85	85	85	85
TOTAL	Pearson Correlation	.580**	.501**	.588**	.526**	.516**	.675**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	85	85	85	85	85	85	85

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Nasabah (Y)

RELIABILITY

/VARIABLES=Y.1 Y.2 Y.3 Y.4 Y.5 Y.6 TOTAL

/SCALE('ALL VARIABLES') ALL

/MODEL=ALPHA

/STATISTICS=DESCRIPTIVE SCALE

/SUMMARY=TOTAL.

Reliability

		Notes
Output Created		18-APR-2023 22:05:38
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data	85
	File	
	Matrix Input	
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.
Syntax		RELIABILITY /VARIABLES=Y.1 Y.2 Y.3 Y.4 Y.5 Y.6 TOTAL /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA /STATISTICS=DESCRIPTIVE SCALE /SUMMARY=TOTAL.
Resources	Processor Time	00:00:00.02
	Elapsed Time	00:00:00.08

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	85	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	85	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.721	7

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Y.1	4.38	.690	85
Y.2	4.25	.738	85
Y.3	3.99	.893	85
Y.4	4.40	.889	85
Y.5	4.26	.966	85
Y.6	4.04	1.159	85
TOTAL	25.31	3.043	85

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y.1	46.24	32.658	.497	.698
Y.2	46.36	33.092	.402	.707
Y.3	46.62	31.452	.479	.691
Y.4	46.21	32.145	.408	.701
Y.5	46.35	31.922	.385	.703
Y.6	46.58	28.866	.549	.668
TOTAL	25.31	9.262	1.000	.567

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
50.61	37.050	6.087	7

Lampiran 6 Deskripsi Variabel Kualitas Layanan (X)

FREQUENCIES VARIABLES=X.1 X.2 X.3 X.4 X.5 X.6 X.7 TOTAL

/STATISTICS=MEAN MEDIAN MODE SUM

/ORDER=ANALYSIS.

Frequencies

Notes

Output Created		18-APR-2023 22:04:12
Comments		
Input	Active Dataset Filter Weight Split File N of Rows in Working Data File	DataSet0 <none> <none> <none> 85
Missing Value Handling	Definition of Missing Cases Used	User-defined missing values are treated as missing. Statistics are based on all cases with valid data.
Syntax		FREQUENCIES VARIABLES=X.1 X.2 X.3 X.4 X.5 X.6 X.7 TOTAL /STATISTICS=MEAN MEDIAN MODE SUM /ORDER=ANALYSIS.
Resources	Processor Time Elapsed Time	00:00:00.03 00:00:00.03

Statistics

		X.1	X.2	X.3	X.4	X.5	X.6	X.7	TOTAL
N	Valid	85	85	85	85	85	85	85	85
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		4.24	4.09	4.19	4.08	4.16	4.24	4.11	29.11
Median		4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	28.00
Mode		4	4	4	4	4	4	4	27 ^a
Sum		360	348	356	347	354	360	349	2474

a. Multiple modes exist. The smallest value is shown

Frequency Table

X.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	14	16.5	16.5	16.5
4	37	43.5	43.5	60.0
5	34	40.0	40.0	100.0
Total	85	100.0	100.0	

X.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	2	2.4	2.4	2.4
3	7	8.2	8.2	10.6
4	57	67.1	67.1	77.6
5	19	22.4	22.4	100.0
Total	85	100.0	100.0	

X.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	5	5.9	5.9	5.9
4	59	69.4	69.4	75.3
5	21	24.7	24.7	100.0
Total	85	100.0	100.0	

X.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	3	3.5	3.5	3.5
3	5	5.9	5.9	9.4
4	59	69.4	69.4	78.8
5	18	21.2	21.2	100.0
Total	85	100.0	100.0	

X.5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	12	14.1	14.1	14.1
4	47	55.3	55.3	69.4
5	26	30.6	30.6	100.0
Total	85	100.0	100.0	

X.6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	4	4.7	4.7	4.7
4	57	67.1	67.1	71.8
5	24	28.2	28.2	100.0
Total	85	100.0	100.0	

X.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	4	4.7	4.7	4.7
	3	9	10.6	10.6	15.3
	4	46	54.1	54.1	69.4
	5	26	30.6	30.6	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

TOTAL

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	22	3	3.5	3.5	3.5
	25	11	12.9	12.9	16.5
	27	19	22.4	22.4	38.8
	28	19	22.4	22.4	61.2
	29	7	8.2	8.2	69.4
	32	5	5.9	5.9	75.3
	33	5	5.9	5.9	81.2
	35	16	18.8	18.8	100.0
	Total	85	100.0	100.0	



Lampiran 7 Deskripsi Variabel Kepuasan Nasabah (Y)

FREQUENCIES VARIABLES=Y.1 Y.2 Y.3 Y.4 Y.5 Y.6 TOTAL

/STATISTICS=MEAN MEDIAN MODE SUM

/ORDER=ANALYSIS.

Frequencies

		Notes
Output Created		18-APR-2023 22:06:21
Comments		
Input	Active Dataset Filter Weight Split File N of Rows in Working Data File	DataSet0 <none> <none> <none> 85
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data.
Syntax		FREQUENCIES VARIABLES=Y.1 Y.2 Y.3 Y.4 Y.5 Y.6 TOTAL /STATISTICS=MEAN MEDIAN MODE SUM /ORDER=ANALYSIS.
Resources	Processor Time Elapsed Time	00:00:00.00 00:00:00.06

		Statistics						
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	TOTAL
N	Valid	85	85	85	85	85	85	85
	Missing	0	0	0	0	0	0	0
Mean		4.38	4.25	3.99	4.40	4.26	4.04	25.31
Median		4.00	4.00	4.00	5.00	4.00	4.00	25.00
Mode		5	4	4	5	5	5	23
Sum		372	361	339	374	362	343	2151

Frequency Table

Y.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	10	11.8	11.8	11.8
	4	33	38.8	38.8	50.6
	5	42	49.4	49.4	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

Y.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	2.4	2.4	2.4
	3	9	10.6	10.6	12.9
	4	40	47.1	47.1	60.0
	5	34	40.0	40.0	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

Y.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	2	2.4	2.4	2.4
2	3	3.5	3.5	5.9
3	13	15.3	15.3	21.2
4	43	50.6	50.6	71.8
5	24	28.2	28.2	100.0
Total	85	100.0	100.0	

Y.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	2	2.4	2.4	2.4
2	2	2.4	2.4	4.7
3	5	5.9	5.9	10.6
4	27	31.8	31.8	42.4
5	49	57.6	57.6	100.0
Total	85	100.0	100.0	

Y.5

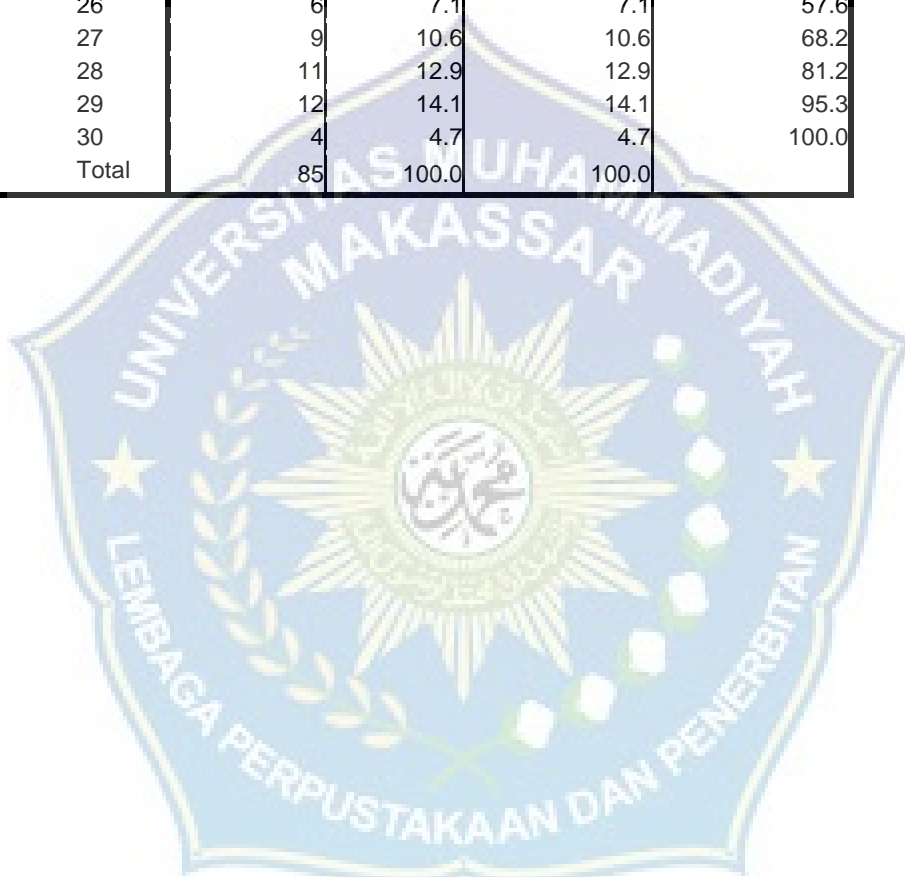
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	4	4.7	4.7	4.7
3	7	8.2	8.2	12.9
4	33	38.8	38.8	51.8
5	41	48.2	48.2	100.0
Total	85	100.0	100.0	

Y.6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	4	4.7	4.7	4.7
2	9	10.6	10.6	15.3
3	4	4.7	4.7	20.0
4	31	36.5	36.5	56.5
5	37	43.5	43.5	100.0
Total	85	100.0	100.0	

TOTAL

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18	2	2.4	2.4	2.4
	20	4	4.7	4.7	7.1
	21	3	3.5	3.5	10.6
	22	3	3.5	3.5	14.1
	23	18	21.2	21.2	35.3
	24	8	9.4	9.4	44.7
	25	5	5.9	5.9	50.6
	26	6	7.1	7.1	57.6
	27	9	10.6	10.6	68.2
	28	11	12.9	12.9	81.2
	29	12	14.1	14.1	95.3
	30	4	4.7	4.7	100.0
Total		85	100.0	100.0	



Lampiran 8 Regresi Linear

REGRESSION

```

/DESCRIPTIVES MEAN STDDEV CORR SIG N
/MISSING LISTWISE
/STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA COLLIN TOL
/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
/NOORIGIN
/DEPENDENT Y
/METHOD=ENTER X
/RESIDUALS DURBIN.
    
```

Regression

		Notes	
Output Created			18-APR-2023 21:56:21
Comments			
Input	Active Dataset	DataSet0	
	Filter	<none>	
	Weight	<none>	
	Split File	<none>	
	N of Rows in Working Data File		85
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.	
	Cases Used	Statistics are based on cases with no missing values for any variable used.	
Syntax		REGRESSION /DESCRIPTIVES MEAN STDDEV CORR SIG N /MISSING LISTWISE /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA COLLIN TOL /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10) /NOORIGIN /DEPENDENT Y /METHOD=ENTER X /RESIDUALS DURBIN.	
Resources	Processor Time		00:00:00.00
	Elapsed Time		00:00:00.24
	Memory Required	2400 bytes	
	Additional Memory Required for Residual Plots	0 bytes	

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
kepuasan nasabah	25.31	3.043	85
kualitas layanan	29.11	3.648	85

Correlations

		kepuasan nasabah	kualitas layanan
Pearson Correlation	kepuasan nasabah	1.000	.315
	kualitas layanan	.315	1.000
Sig. (1-tailed)	kepuasan nasabah	.	.002
	kualitas layanan	.002	.
N	kepuasan nasabah	85	85
	kualitas layanan	85	85

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	kualitas layanan ^b		Enter

a. Dependent Variable: kepuasan nasabah

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.315 ^a	.100	.089	2.905	2.147

a. Predictors: (Constant), kualitas layanan

b. Dependent Variable: kepuasan nasabah

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	77.440	1	77.440	9.174	.003 ^b
	Residual	700.607	83	8.441		
	Total	778.047	84			

a. Dependent Variable: kepuasan nasabah

b. Predictors: (Constant), kualitas layanan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	17.646	2.549		6.924	.000		
	kualitas layanan	.263	.087	.315	3.029	.003	1.000	1.000

a. Dependent Variable: kepuasan nasabah

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions	
				(Constant)	kualitas layanan
1	1	1.992	1.000	.00	.00
	2	.008	16.113	1.00	1.00

a. Dependent Variable: kepuasan nasabah

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	23.44	26.86	25.31	.960	85
Residual	-7.015	6.564	.000	2.888	85
Std. Predicted Value	-1.948	1.616	.000	1.000	85
Std. Residual	-2.414	2.259	.000	.994	85

a. Dependent Variable: kepuasan nasabah

r Tabel

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703

29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823

70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468



t Tabel

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
Df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
1	1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2	0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3	0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4	0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5	0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6	0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7	0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8	0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9	0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10	0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11	0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
12	0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963
13	0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
14	0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15	0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16	0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17	0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18	0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
19	0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20	0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21	0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22	0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23	0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496
24	0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678
25	0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26	0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500
27	0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28	0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29	0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
30	0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518
31	0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490
32	0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531
33	0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634
34	0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793
35	0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005
36	0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262
37	0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563
38	0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31903
39	0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279
40	0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70446	3.30688
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607

45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890



PEMERINTAH PROVINSI SULAWESI SELATAN
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Jl. Bougenville No.5 Telp. (0411) 441077 Fax. (0411) 448936
Website : <http://simap-new.sulselprov.go.id> Email : ptsp@sulselprov.go.id
Makassar 90231

Nomor : **13674/S.01/PTSP/2023** Kepada Yth.
Lampiran : - Pimpinan PT. Bank Negara Indonesia
Perihal : **Izin penelitian** (Persero), Tbk

di-
Tempat

Berdasarkan surat Ketua LP3M UNISMUH Makassar Nomor : 74/05/C.4-VIII/I/1444/2023 tanggal 16 Januari 2023 perihal tersebut diatas, mahasiswa/peneliti dibawah ini:

N a m a : **NIRMALA SARIDEVI**
Nomor Pokok : **105721144418**
Program Studi : **Manajemen**
Pekerjaan/Lembaga : **Mahasiswa (S1)**
Alamat : **Jl. Sultan Alauddin No. 259 Makassar**

PROVINSI SULAWESI SELATAN

Bermaksud untuk melakukan penelitian di daerah/kantor saudara dalam rangka menyusun SKRIPSI, dengan judul :

" PENGARUH KUALITAS LAYANAN MOBILE BANKING TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PT. BANK NEGARA INDONESIA (BNI) CABANG MAKASSAR "

Yang akan dilaksanakan dari : Tgl. **16 Januari s/d 18 Maret 2023**

Sehubungan dengan hal tersebut diatas, pada prinsipnya kami **menyetujui** kegiatan dimaksud dengan ketentuan yang tertera di belakang surat izin penelitian.

Demikian Surat Keterangan ini diberikan agar dipergunakan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Makassar
Pada Tanggal 16 Januari 2023

A.n. GUBERNUR SULAWESI SELATAN
KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU
SATU PINTU PROVINSI SULAWESI SELATAN



Ir. H. SULKAF S LATIEF, M.M.
Pangkat : PEMBINA UTAMA MADYA
Nip : 19630424 198903 1 010

Tembusan Yth
1. Ketua LP3M UNISMUH Makassar di Makassar;
2. *Pertinggal.*

Makassar, 19 JAN 2023

No : W07/0307

Lamp : --



Kepada
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
JL. Sultan Alauddin
Makassar

Hal : Persetujuan Izin Penelitian

Surat Saudara No : 74/05/C.4-VIII/1444/2023 tanggal 16 Januari 2023

Menunjuk surat di atas perihal tersebut pada pokok surat dengan ini kami menyetujui permohonan Izin Penelitian atas nama :

No	Nama / STB	Univ / Sekolah	Judul Penelitian	Penempatan	Jangka Waktu
1	Nirmala Saridevi/ 105721144418	Universitas Muhammadiyah Makassar	Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Makassar	Kantor Cabang Makassar	23 Januari s.d 23 Februari 2023

Berkenaan dengan hal tersebut kami sampaikan hal-hal sebagai berikut :

1. Surat pernyataan dari mahasiswa yang bersangkutan dengan mencantumkan bahwa Ybs tetap menjunjung tinggi kode etik *surveyor/research* semata-mata digunakan untuk kepentingan ilmiah dan sanggup menjaga kerahasiaan Bank menurut ketajaman dalam dunia perbankan cf. UU No.10 tahun 1998 tentang perubahan UU No.7 tahun 1992 tentang perbankan.
2. Hasil pengambilan data berupa copy diserahkan kepada kami yang sebelumnya telah mendapat pengesahan dari kami.
3. Memiliki tabungan Taplus sesuai yang dipersyaratkan.
4. Menyerahkan asli Kartu Mahasiswa selama melakukan penelitian dan akan diserahkan kembali apabila hasil penelitian telah kami terima.
5. Bahan untuk Penelitian dapat diperoleh di Website BNI : <http://www.bni.co.id>.
6. Peserta penelitian menerapkan protokol kesehatan yang ditetapkan dalam rangka pencegahan dan penanggulangan Covid-19 tetap berlaku untuk wajib dilaksanakan, seperti memakai masker, mencuci tangan sosial & *physical distancing* agar dipedomani dalam pelaksanaannya.
7. Agar peserta penelitian menerapkan protokol kesehatan yang ditetapkan dalam rangka pencegahan dan penanggulangan Covid-19 tetap berlaku untuk wajib dilaksanakan, seperti memakai masker, mencuci tangan sosial & *physical distancing* agar dipedomani dalam pelaksanaannya.

Demikian agar maklum, atas perhatian dan kerjasama Saudara kami ucapkan terima kasih.

PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk.
Kantor Wilayah 07



CC : Bagian Umum Wilayah

PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk
Kantor Wilayah 07
Jl. Jend. Sudirman No. 1
PO. Box. 1003 Makassar 90115
Tlp. (0411) 3617488, 3610593, 3621946
Fax. (0411) 3619562, 3612354
Alamat Kawat BANIWIL MAKASSAR

BAB I - Nirmala Saridevi 105721144418

ORIGINALITY REPORT

9%

SIMILARITY INDEX



INTERNET SOURCES

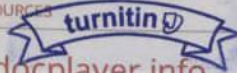
0%

PUBLICATIONS

2%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES



1

docplayer.info

Internet Source

3%

2

Submitted to Forum Perpustakaan Perguruan
Tinggi Indonesia Jawa Timur

Student Paper

2%

3

www.slideshare.net

Internet Source

2%

4

exsys.iocspublisher.org

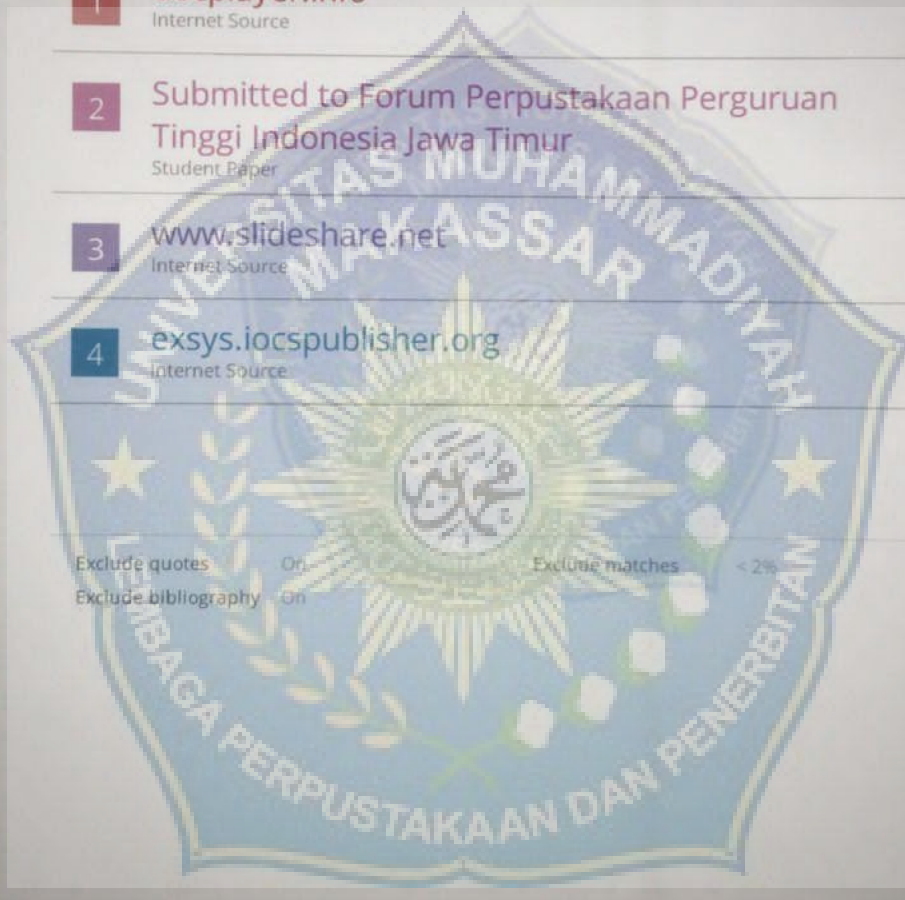
Internet Source

2%

Exclude quotes On

Exclude bibliography on

Exclude matches < 2%



BAB II - Nirmala Saridevi 105721144418

ORIGINALITY REPORT

5%

SIMILARITY INDEX



INTERNET SOURCES

2%

PUBLICATIONS

2%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

turnitin

1

www.slideshare.net

Internet Source

3%

2

Submitted to Forum Perpustakaan Perguruan
Tinggi Indonesia Jawa Timur

Student Paper

2%

Exclude quotes

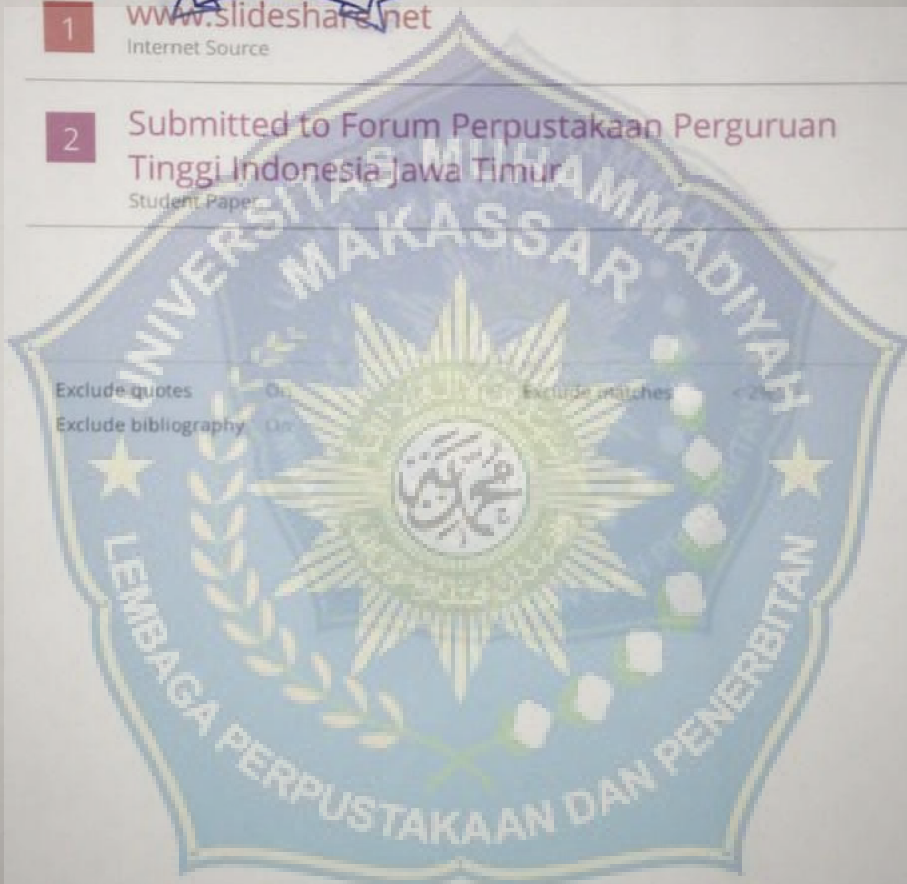
On

Exclude matches

< 2%

Exclude bibliography

On



BAB III - Nirmala Saridevi 105721144418

ORIGINALITY REPORT

9%

SIMILARITY INDEX



7%

INTERNET SOURCES

6%

PUBLICATIONS

7%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

etheses.iainjember.ac.id

Internet Source

3%

2

Submitted to Universitas Putera Batam

Student Paper

2%

3

repository.uinjkt.ac.id

Internet Source

2%

4

Submitted to Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur

Student Paper

2%

Exclude quotes On

Exclude matches < 2%

Exclude bibliography On

BAB IV - Nirmala Saridevi 105721144418

ORIGINALITY REPORT

10%

SIMILARITY INDEX

10%

INTERNET SOURCES

8%

PUBLICATIONS

6%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

Rank	Source	Similarity
1	www.bni.co.id Internet Source	4%
2	www.cermati.com Internet Source	3%
3	ecampus.pelitabangsa.ac.id Internet Source	2%

Exclude quotes

On

Exclude matches

On

Exclude bibliography

On



BAB V - Nirmala Saridevi 105721144418

ORIGINALITY REPORT

2%
SIMILARITY INDEX

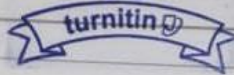


INTERNET SOURCES

2%
PUBLICATIONS

0%
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES



1 docplayer.info
Internet Source

2%

Exclude quotes

Exclude bibliography

Exclude mat. refs



BIOGRAFI



Nirmala Saridevi panggilan Nining lahir di Baliase pada tanggal 09 April 2000 dari pasangan suami istri Bapak Aryanto dan Ibu Yuliana P. S,E. Peneliti adalah anak ke-2 dari 3 (tiga) bersaudara. Peneliti sekarang bertempat tinggal di Jl. Lingkar Selatan, tepatnya di Kelurahan Baliase Kecamatan Masamba, Sulawesi Selatan.

Pendidikan yang di tempuh oleh penulis yaitu SD Center 089 Masamba lulus ditahun 2012, SMPN 2 Masamba lulus ditahun 2015, SMAN Khusus Keberbakatan Olahraga lulus tahun 2018, dan mulai tahun 2018 menempuh Pendidikan S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis, dengan program studi Manajemen, Kampus Universitas Muhammadiyah Makassar sampai sekarang. Sampai dengan penulis skripsi ini masih terdaftar sebagai mahasiswa program S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.