

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN MOBILE BANKING
TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA PT. BANK
NEGARA INDONESIA (BNI) KCP
PALATTAE KAB.BONE**

SKRIPSI



ASTI SYAHRANI

105721119821

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
MAKASSAR
2025**

KARYA TUGAS AKHIR MAHASISWA

**JUDUL PENELITIAN:
PENGARUH KUALITAS LAYANAN MOBILE BANKING
TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA PT. BANK
NEGARA INDONESIA (BNI) KCP
PALATTAE KAB.BONE**

SKRIPSI

Disusun dan Diajukan Oleh:

ASTI SYAHRANI

NIM:105721119821

**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
2025**

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“ Sesungguhnya setiap kesulitan akan ada kemudahan bersamanya ”

(Qs.Al – Insyirah)

PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Allah SWT atas Ridho – Nya serta karunianya sehingga skripsi ini telah terselesaikan dengan baik.

Alhamdulillah Rabbi'alam,

Oleh karena itu, dengan penuh kerendahan hati dan rasa syukur tiada henti, skripsi ini kupersembahkan untuk keluarga terutama untuk kedua orang tuaku tercinta, saudara dan saudariku, orang – orang yang saya sayang dan almematerku.

PESAN DAN KESAN

Untuk diri ini dan teman-teman yang masih berjuang dalam menyelesaikan proses perkuliahan dan yang telah menyelesaikan proses perkuliahannya tetap semangat dan semoga semoga sukses selalu dengan cita-cita masing-masing yang ingin dicapai, dan yakin setiap kesulitan yang dihadapi akan ada kemudahan bersamanya.



PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

Jl. Sultan Alauddin No.295 gedung iqra Lt.7 Tel.(0411) 866972Makassar

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Pt.Bank Negara Indonesia (BNI) Kcp Palattae Kab.Bone
Nama Mahasiswa : Asti Syahrani
Nomor Induk Mahasiswa : 105721119821
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Makassar

Menyatakan bahwa skripsi ini telah diteliti, dan diujikan didepan panitia penguji skripsi strata satu (S1) pada tanggal 23 April 2025 di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 23 April 2025

Menyetujui

Pembimbing 1

Pembimbing 2

Abdul Muttalib, S.E., M.M
NIDN: 090112590

Sahabuddin N, S.e., M.M.
NDN: 0931127500

Mengetahui,

Ketua Program Studi



Dr. H. Andi Jauhan, S.E., M.Si
NBM : 651 507

MASRULLAH, S.E., M.M
NBM : 1151 132



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
Jl. Sultan Alauddin No.295 gedung iqra Lt.7 Tel.(0411) 866972Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi atas Nama : Asti Syahrani, Nim : 105721119821 diterima dan disahkan oleh Panitia Ujian Skripsi berdasarkan Surat Keputusan Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar Nomor : 0008/SK-Y/61201/091004/2025 M, Tanggal 24 Syawal 1446 H/ 23 April 2025 M. Sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 24 Syawal 1446 H
23 April 2025 M

PANITIA UJIAN

1. Pengawas Umum : Dr. Ir. H. Abd Rakhim Nanda, S.T., M.T., IPU (.....)
(Rektor Unismuh Makassar)
2. Ketua : Dr. 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. Dr. Muryani Arsal, S.E., M.M. Ak., CA (.....)
2. Abdul Muttalib, S.E., M.M. (.....)
3. Faidul Adziem., S.E., M.Si. (.....)
4. Sahabuddin N, S.E., M.M. (.....)

Disahkan Oleh,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Makassar


Dr. H. Andi Jam'an, S.E., M.Si
NBM. 651 50



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

Jl. Sultan Alauddin No.295 gedung iqra Lt.7 Tel.(0411) 866972Makassar

SURAT PERNYATAAN KEABSAHAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Asti Syahrani
Stambuk : 105721119821
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap
Loyalitas Nasabah Pada Pt Bank Negara Indonesia (BNI)
Kcp Palattae Kab.Bone

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 pun.

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

Makassar, 23 April 2025

Yang Membuat Pernyataan,



Asti Syahrani
NIM : 105721119821

Diketahui Oleh:


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


Ketua Program Studi
Nasrullah, S.E., M.M
NBM. 1151 132

HALAMAN PERNYATAAN

PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR

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

Nama : Asti Syahrani
NIM : 105721119821
Program Studi : Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

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

Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Pt Bank Negara Indonesia (BNI) Kcp Palattae Kab.Bone

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Makassar berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, 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, 23 April 2025

Yang Membuat Pernyataan



Asti Syahrani
NIM : 105721119821

ABSTRAK

ASTI SYAHRANI. 2025. Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Pt. Bank Negara Indonesia (BNI) Kcp Palattae Kab.Bone. Skripsi. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing Oleh : Abdul Muttalib dan Sahabuddin N.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian bersifat kuantitatif dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan mobile banking terhadap loyalitas nasabah pada Pt. bank negara indonesia (BNI) kcp palattae kab.bone. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yang diperoleh dari kuesioner. Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan dalam pengumpulam data mencakup data primer. Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode skala likert. Berdasarkan hasil penelitian data dengan menggunakan perhitungan statistik melalui aplikasi *Statistical Package for the Social Science* (SPSS) versi 25 mengenai pengaruh kualitas layanan mobile banking terhadap loyalitas nasabah pada Pt. bank negara indonesia (BNI) kcp palattae kab.bone, maka penulis menarik kesimpulan penting yaitu kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada Pt. bank negara indonesia (BNI) kcp palattae kab.bone.

Kata kunci : Kualitas Layanan, Loyalitas Nasabah

ABSTRACT

ASTI SYAHRANI.2025. *The Effect of Mobile Banking Service Quality on Customer Loyalty at Pt.Bank Negara Indonesia (BNI) Kcp Palattae Kab.Bone. Thesis. Department of Management, Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Makassar. Guided by: Abdul Muttalib and Sahabuddin N.*

This research is a type of quantitative research with the aim of determining the influence of the quality of mobile banking services on customer loyalty at pt.bank negara indonesia (BNI) KCP Palattae bone district. This sample was taken from Pt. Bank Negara Indonesia (BNI) Sengkang KCP Palattae branch office. The type of data used in this study is quantitative data obtained from questionnaires. In this study, the data sources used in data collection include primary data. The research instrument used in this study uses the Likert scale method. Based on the results of data research using statistical calculations through the Statistical Package for the Social Science (SPSS) application version 25 regarding the influence of the quality of mobile banking services on customer loyalty at Pt. Bank Negara Indonesia (BNI) Sengkang KCP Palattae Branch Office, the author draws an important conclusion, namely that service quality has a positive and significant effect on customer loyalty at Pt. Bank Negara Indonesia (BNI) bone district Hosted by KCP Palattae.

Keywords: Service Quality, Customer Loyalty

KATA PENGANTAR



Puji dan Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah yang tiada henti diberikan kepada hamban-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 Loyalitas Nasabah Pada PT.Bank Negara Indonesia (BNI) Kcp Palattae Kab.Bone.

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 penulis bapak Arifin dan ibu Hj. Nurmi yang senantiasa memberikan harapan, semangat, perhatian, kasih sayang dan doa tulus. Dan teruntuk saudara-saudaraku tercinta yang senantiasa mendukung dan memberikan 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 terimah kasih banyak disampaikan dengan hormat kepada.

1. Bapak Dr. Ir. H. Abd. Rakhim Nanda, S.T., M.T., IPU. Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar.
2. Bapak Dr. Hj. Andi Jam'an, S.E., M.Si, Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. Bapak Nasrullah, S.E., M.M, Selaku Ketua Program Studi Universitas Muhammadiyah Makassar.
4. Bapak Abdul Muttalib S.E.,M.M Selaku Pembimbing I yang senantiasa meluangkan waktunya membimbing dan mengarahkan penulis, sehingga skripsi ini selesai dengan baik.
5. Bapak Sahabuddin N S.E.,M.M, Selaku Pembimbing II yang telah berkenan membantu selama dalam penyusunan skripsi hingga ujian skripsi.
6. Bapak/Ibu dan Asisten Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
7. Segenap Staff dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
8. Segenap staf dan karyawan PT. Bank Negara Indonesia (BNI) Kantor Cabang Sengkang Kcp Palattae yang telah memberikan izin meneliti.

9. Kedua orang tua saya Bapak Arifin dan Ibu Hj.Nurmi, beliau adalah orang yang hebat yang selalu menjadi penyemangat penulis sebagai sandaran terkuat dari kerasnya dunia. Yang tak henti-hentinya memberikan kasih sayang dan cinta dan selalu memberikan motivasi. Terimakasih banyak yang tak henti – hentinya telah berjuang untuk kehidupan penulis, Terimakasih juga untuk semua doa dan dukungan bapak dan ummiku sehingga penulis bisa sampai di titik ini. Sehat selalu dan hiduplah lebih lama lagi untuk ada disetiap perjalanan dan pencapaian hidup penulis. *I love you more.*

10. Kepada kakak saya Herting, Herwing, Sri Megawati dan adik – adik saya Putri Zerina, Rika Wulandari terimakasih yang tak terhingga penulis ucapkan atas bantuan materi maupun non materi, doa dan dukungan serta motivasinya kepada penulis sampai berada di titik ini, dan terimakasih sudah senantiasa kebersamaan penulis.

11. Kepada seseorang yang tak kalah penting, Aldi Wirandi. Terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis. Berkontribusi banyak dalam proses penulisan karya tulis ini, baik tenaga, maupun waktu kepada penulis. Telah mendukung, menghibur, mendengarkan keluh kesah, dan memberikan semangat kepada penulis untuk tidak pantang menyerah.

12. Keluarga besar DPK KEPMI BONE TARO ADA TARO GAU UNISMUH MAKASSAR, terkhususnya kepada Lontara 21 yang

senantiasa kebersamai penulis dan memberikan semangat kepada penulis selama studi.

13. Sahabat penulis, Nia Ramadani, Riska Wulandari, Anastazia Aprilia, yang terima kasih atas segala bantuan, waktu, support dan kebaikannya. Dan terima kasih banyak telah mendengarkan segala keluh kesah penulis.

14. Terima kasih teruntuk semua kerabat yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan semangat, kesabaran, motivasi, dan dukungannya sehingga penulis dapat merampungkan penulisan skripsi ini.

15. Kepada diri saya Asti Syahrani. Terima kasih sudah bertahan sejauh ini. Terima kasih telah memilih berusaha dan merayakan dirimu sendiri di titik ini, walau sering kali merasa putus asa atas apa yang diusahakan dan belum berhasil, namun terimakasih tetap menjadi manusia yang selalu mau berusaha dan tidak lelah mencoba. Terima kasih karena memutuskan untuk tidak menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi, ini merupakan pencapaian yang patut diapresiasi untuk diri kita sendiri. Berbahagialah selalu dimanapun berada, Rani. Adapun kurang dan lebihmu mari merayakan diri sendiri.

Akhir kata, penulis sangat menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak ketidaksempurnaan yang akan di temukan, maka dari itu, diharap kepada semua pihak

terutama para pembaca, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun sebagai bahan perbaikan penelitian selanjutnya.

Mudah–mudahan skripsi ini dapat memberikan ilmu dan manfaat bagi kita semua,terutama kepada almamater biru kita, Kampus Universitas Muhammadiyah Makassar, penulis juga mengucapkan permohonan maaf kepada para pembaca maupun pihak terkait jika di dalam skripsi ini ada kata – kata yang menyinggung, semua tidak ada unsur kesengajaan dari penulis, sesungguhnya kesempurnaan hanya milik Allah SWT.

**Billahi fii sabilil Haqq, Fastabiqul Khairat,
Wasalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.**

Makassar, 22 Maret 2025

ASTI SYAHRANI

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
SURAT PERNYATAAN KEABSAHAN	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERNYATAAN	Error! Bookmark not defined.
PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	5

BAB II	7
TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Tinjauan Teori	7
1. Kualitas Layanan.....	7
2. Loyalitas nasabah	9
3. Pengertian Mobile Banking (M-Banking).....	12
4. Pengaruh Kualitas Layanan SMS Banking Terhadap Loyalitas Nasabah.....	13
5. Hubungan Kualitas Layanan SMS Banking dengan Loyalitas Nasabah.....	15
B. Penelitian Terdahulu.....	15
C. Kerangka Pikir.....	19
D. Hipotesis	20
BAB III	21
METODE PENELITIAN	21
A. Jenis Penelitian	21
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	21
C. Jenis dan sumber Data.....	21
D. Populasi dan Sampel.....	22
E. Teknik Pengumpulan Data.....	23

F. Definisi Oprasional Variabel	24
G. Metode Analisis Data.....	28
H. Uji Hipotesis	30
BAB IV.....	31
HASIL DAN PEMBAHASAN	31
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	31
B. Hasil Penelitian.....	36
C. Pembahasan.....	46
BAB V.....	49
PENUTUP.....	49
A. Kesimpulan.....	49
B. Saran.....	49
DAFTAR PUSTAKA	51
LAMPIRAN.....	52

DAFTAR GAMBAR

Nomor Uraian	Halaman
2. 1 Kerangka Pikir.....	20
4. 1 Strukur Organisasi	33



DAFTAR TABEL

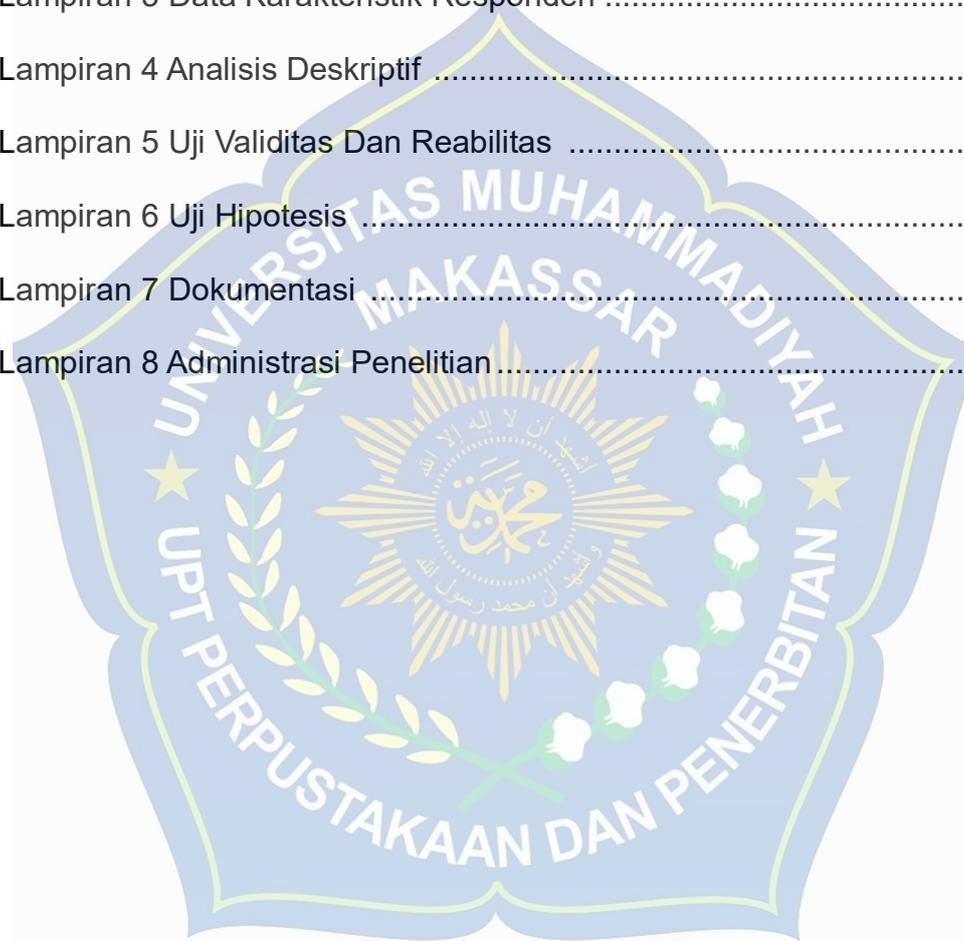
Nomor Uraian Halaman

2. 1 Penelitian Terdahulu.....	16
3. 1 Definisi Oprasional Variabel	24
3. 2 Pengukuran Instrumen Menggunakan Skala Likert	27
4. 1 Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin.....	36
4. 2 Karakteristik Responden Menurut Usia/Umur	37
4. 3 Karakteristik Responden Menurut Tingkat Pendidikan Terakhir	38
4. 4 Hasil Pengukuran Variabel Kualitas Layanan	40
4. 5 Hasil Uji Validitas	41
4. 6 Hasil Uji Reliabilitas.....	43
4. 7 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana	44
4. 8 Hasil Uji Parsial (Uji T)	45
4. 9 Hasil Analisis Koefisien Determinasi	45

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor Uraian Halaman

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	53
Lampiran 2 Tabulasi Data Kuesioner	57
Lampiran 3 Data Karakteristik Responden	60
Lampiran 4 Analisis Deskriptif	62
Lampiran 5 Uji Validitas Dan Reabilitas	66
Lampiran 6 Uji Hipotesis	69
Lampiran 7 Dokumentasi	71
Lampiran 8 Administrasi Penelitian	72



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era globalisasi saat ini, produk dan jasa bersaing dalam pasar yang semakin luas dan beragam, mendorong para produsen untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan memberikan kepuasan pelanggan secara optimal. Salah satu strategi yang digunakan oleh sektor perbankan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan adalah melalui perkembangan teknologi informasi dan internet.

Salah satu fasilitas yang mendukung layanan mandiri adalah mobile banking. Layanan ini memungkinkan nasabah untuk melakukan berbagai transaksi perbankan langsung melalui ponsel atau smartphone. Dengan mobile banking, nasabah dapat menjalankan berbagai aktivitas keuangan, seperti transfer dana, pengisian pulsa, pembelian token listrik, dan banyak lagi, serupa dengan layanan yang tersedia di ATM.

Menurut Kotler (2008) dalam (Sari et al., 2021) mendefinisikan kualitas juga sebagai tingkat kualitas yang diharapkan dan pengendalian variasi untuk mencapai kualitas tersebut untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Layanan dapat didefinisikan sebagai setiap tindakan atau aktivitas yang dapat dilakukan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak ada di sekitar kita dan tidak mengklaim memiliki sesuatu. Pelayanan adalah perilaku produsen untuk

memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan tujuan untuk membuat pelanggan puas dan mendorong lebih banyak pelanggan untuk membeli produk lain.

Menurut oleh SharingVision, jumlah pengguna sekitar 21,86 juta. Hal ini menunjukkan perubahan signifikan dalam perilaku konsumen dalam bertransaksi. Selain itu, keterbatasan pada sistem yang terkadang menyebabkan gangguan atau eror telah mendorong layanan transaksi menjadi lebih cepat dan efisien, dapat diakses kapan saja selama 24 jam. Dengan demikian, nasabah tidak perlu lagi mengantri di depan teller untuk melakukan transaksi, karena mereka dapat dilayani dan bertransaksi di mana pun mereka berada.

Dengan hadirnya layanan Mobile Banking, nasabah kini memiliki lebih banyak opsi untuk melakukan transaksi. Sistem Mobile Banking memungkinkan transaksi perbankan dilakukan secara digital (dalam dunia maya) oleh pengguna layanan tanpa keterlibatan langsung dari petugas bank. Konsumen sangat menghargai kemudahan, efektivitas, efisiensi, serta kesederhanaan yang ditawarkan oleh layanan ini.

Menurut Bowen Dan Chen (2001) dalam Marnovita (2020), kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penilaian yang baik dari pelanggan terhadap pelayanan perusahaan sesuai dengan tingkat harapan yang diharapkan.

Sangat penting bagi pelanggan untuk merasa puas dengan layanan yang mereka terima. Sebaliknya, jika layanan yang diberikan oleh

perusahaan kepada pelanggan tidak sesuai dengan ekspektasi pelanggan, pelanggan akan lebih cenderung menjadi tidak puas dan ini akan berdampak negatif pada perusahaan.

Layanan Mobile Banking memungkinkan transaksi perbankan dilakukan dengan mudah di mana saja menggunakan ponsel. Fasilitas ini memberikan kemudahan bagi nasabah untuk melakukan berbagai aktivitas, seperti isi ulang pulsa, transfer dana, hingga pembayaran tagihan kartu kredit, semudah mengirim pesan singkat kepada keluarga atau teman. Teknologi komunikasi, sebagai salah satu hasil perkembangan teknologi, kini dimanfaatkan secara luas oleh sektor perbankan. Nasabah dapat mengakses berbagai layanan perbankan kapan saja dan di mana saja.

Berdasarkan penelitian Vahlevi & Indra Vitaharsa (2022) dengan judul penelitian Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank BUMN Di Makassar dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa kualitas layanan mobile banking berpengaruh positif terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah, sedangkan kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas yang dimensi oleh kepuasan nasabah. Begitupun dengan penelitian yang dilakukan oleh Adolph (2016) dengan judul penelitian Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Layanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Penggunaan BNI Mobile Banking dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa semua variabel independen

secara bersama – sama berpengaruh positif dan signifikan secara individual terhadap loyalitas pengguna mobile banking.

Saat ini, banyak bank yang telah menyediakan layanan mobile untuk mendukung kebutuhan nasabah, termasuk Bank BNI yang menawarkan akses melalui internet banking, mobile banking, dan SMS banking. Fasilitas ini merupakan bentuk peningkatan layanan, karena kenyataannya, transaksi perbankan di bank membutuhkan waktu antre minimal 10 menit. Situasi ini dapat merugikan nasabah jika waktu dan peluang bisnis mereka terbangun hanya untuk menyelesaikan transaksi di bank.

Meskipun telah banyak penelitian yang menghubungkan kualitas layanan dengan loyalitas nasabah, penelitian yang spesifik mengenai pengaruh kualitas layanan Mobile Banking terhadap loyalitas nasabah di PT. Bank Negara Indonesia (BNI), khususnya di Kcp Palattae, masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan pengetahuan ini dengan mengidentifikasi faktor-faktor kualitas layanan Mobile Banking yang paling mempengaruhi loyalitas nasabah di PT. Bank Negara Indonesia (BNI) Kcp Palattae Kab. Bone.

Dengan memahami lebih dalam bagaimana kualitas layanan Mobile Banking mempengaruhi perilaku dan keputusan nasabah di Kcp Palattae , penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi yang berharga bagi manajemen bank dalam meningkatkan strategi

pelayanan dan mempertahankan loyalitas nasabah di tengah persaingan yang semakin ketat di industri perbankan.

Berdasarkan dari uraian latar belakang di atas yang telah dijelaskan maka penulis tertarik untuk membahas dan menuangkannya dalam bentuk karya tulis ilmiah yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Negara Indonesia (BNI) Kcp Palattae Kab.Bone”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, rumusan masalah pada penelitian ini yaitu bagaimana pengaruh kualitas layanan Mobile Banking terhadap tingkat loyalitas nasabah pada PT. Bank Negara Indonesia (BNI) Kcp Palattae Kab.Bone?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, adapun tujuan yang ingin dicapai adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas layanan Mobile Banking terhadap tingkat loyalitas nasabah pada PT. Bank Negara Indonesia (BNI) Kcp Palattae Kab.Bone.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah, dan tujuan penelitian yang telah dijelaskan, penelitian ini bertujuan untuk memberikan manfaat, antara lain :

1. Bagi peneliti

Melalui penelitian ini, penelitan dapat memperoleh pengalaman serta wawasan terkait pengaruh kualitas layanan Mobile Banking terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Negara Indonesia (BNI) Kcp Palattae Kab.Bone.

2. Bagi instansi (perusahaan)

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan informasi bagi instansi untuk membantu memecahkan masalah yang dihadapi terkait dengan pengaruh kualitas layanan Mobile Banking terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Negara Indonesia (BNI) KCP Palattae Kab.Bone.

3. Bagi Akademik

★ Penelitian ini dapat dijadikan sumber referensi untuk jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Teori

1. Kualitas Layanan

Kualitas layanan merupakan faktor penting dalam industri perbankan yang dapat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas nasabah. Menurut (Parasuraman, A. Zeithaml, 2022), kualitas layanan dapat diukur melalui lima dimensi utama, yaitu :

a. *Tangibles* (Bukti Fisik) :

Penampilan fisik fasilitas, peralatan, personel, dan materi komunikasi.

b. *Reliability* (Keandalan) :

Kemampuan untuk memberikan layanan yang dijanjikan secara akurat dan dapat dipercaya.

c. *Responsiveness* (Daya Tanggap) :

Kesediaan untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan dengan cepat.

d. *Assurance* (Jaminan) :

Pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan.

e. *Empathy* (Empati) :

Memberikan perhatian yang tulus dan pribadi kepada pelanggan.

Menurut (Kotler, P & Keller, 2016) mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu cara kerja perusahaan yang berusaha mengadakan perbaikan mutu secara terus-menerus terhadap proses, produk dan service yang dihasilkan perusahaan. Sedangkan (Utami, 2015) menyatakan bahwa kualitas pelayanan sebagai sikap konsumen yang berkaitan dengan hasil dari perbandingan antara harapan dari layanan dengan persepsinya terhadap kinerja aktual. Kualitas layanan adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas layanan yang mereka terima.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu penetapan batasan atau tingkatan baik buruknya suatu aktivitas yang dilakukan oleh suatu perusahaan atau instansi baik negeri maupun swasta, komersil maupun non komersil guna memenuhi ekspektasi atau harapan konsumen. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa yang ditunjukkan dengan kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan, dan keramah-tamahan dari sikap maupun sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen.

Wardhana (2015: 276) mengutip pendapat Gummesson dan Lovelock, yakni terdapat empat macam kualitas layanan dalam mobile banking, antara lain:

a. *Speed*

Kecepatan dan kemudahan nasabah dalam melakukan layanan m-banking.

b. *Security*

Jaminan kerahasiaan dalam setiap layanan m-banking.

c. *Accuracy*

Ketepatan dan keakuratan dalam memperoleh informasi mengenai m-banking.

d. *Trust*

Kepercayaan nasabah terhadap bank dimana dilakukannya layanan m-banking.

2. Loyalitas nasabah

Loyalitas berasal dari kata bahasa Inggris, yaitu *loyalty* dan dalam bahasa Indonesia bermakna kesetiaan atau kepatuhan (Anom & Safii, 2021)). Loyalitas merupakan hasil dari kinerja sebuah perusahaan dalam mempertahankan kualitas produk atau jasa yang telah dirasakan oleh konsumen atau pelanggan yang menjadi keunggulan bagi perusahaan itu sendiri.

Sedangkan menurut Tjiptono (dalam Simanjuntak, 2016: 33), loyalitas konsumen adalah komitmen pelanggan terhadap suatu

merek, toko atau pemasok berdasarkan sifat yang sangat positif dalam pembelian jangka panjang. Pada hakikatnya, loyalitas pelanggan merupakan suatu hubungan antara perusahaan dan publik (pelanggan).

Dengan demikian, berdasarkan pengertian loyalitas dan nasabah yang telah peneliti uraikan secara terpisah, maka dapat disimpulkan secara keseluruhan bahwa loyalitas nasabah adalah suatu kecenderungan positif dari seorang konsumen yang setia dalam memilih dan menggunakan produk perbankan yang dianggap telah memberikan banyak manfaat dan kelebihan bagi kebutuhan finansialnya.

★ Terdapat sejumlah indikasi dari nasabah yang loyal. Menurut Darwin dan Kunto (dalam Herliyansyah, 2018: 15) terdapat empat indikator dari loyalitas, antara lain sebagai berikut:

a. *Makes regular repeat purchase*

Melakukan pembelian secara berulang dalam periode tertentu. Melakukan pembelian berulang secara teratur. Seorang konsumen atau nasabah yang puas terhadap suatu produk, akan terus membeli suatu produk tersebut.

b. *Purchase across product and service line*

Seorang konsumen atau nasabah yang loyal tidak hanya membeli satu macam produk saja melainkan membeli lini produk dan jasa pada badan usaha yang sama.

c. *Refers other*

Merekomendasikan pengalaman mengenai produk dan jasa kepada rekan atau konsumen atau nasabah yang lain agar tidak membeli produk dan jasa dari badan usaha yang lain.

d. *Demonstates an immunity to the pull of the competition*

Menolak produk lain karena menganggap produk yang dipilihnya adalah yang terbaik. Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan pesaing (tidak mudah terpengaruh oleh tarikan pesaing dari produk sejenis lainnya). Seorang konsumen atau nasabah yang loyal tidak akan berpaling kepada produk lain, walaupun pesaing memberikan promosi yang menjanjikan kepada pelanggan.

Loyalitas Nasabah adalah komitmen nasabah untuk terus menggunakan produk atau layanan dari suatu perusahaan, yang ditunjukkan melalui pembelian ulang dan rekomendasi positif kepada orang lain. Menurut (Griffin, 2022) loyalitas nasabah dapat diukur melalui:

a. *Pembelian Ulang*

Keputusan nasabah untuk terus menggunakan produk atau layanan yang sama.

b. *Rekomendasi*

Kesediaan nasabah untuk merekomendasikan produk atau layanan kepada orang lain.

c. Tahan terhadap Penawaran Pesaing

Kesediaan nasabah untuk tidak tergoda dengan penawaran dari pesaing.

3. Pengertian Mobile Banking (M-Banking)

Mobile banking adalah layanan perbankan yang memungkinkan nasabah untuk melakukan berbagai transaksi keuangan melalui perangkat seluler seperti ponsel atau tablet, menggunakan aplikasi yang disediakan oleh bank. Menurut jurnal penelitian Sudaryanti et al. (2018) dalam (Sari et al., 2021) layanan perbankan mobile terbilang paling cepat berkembang dibandingkan dengan jenis layanan perbankan elektronik lainnya. Ini karena Perkembangan layanan keuangan berbasis ponsel dapat memenuhi kebutuhan masyarakat modern yang sangat bergantung pada mobilitas. Mobile banking memberikan kemudahan layanan perbankan dengan satu sentuhan.

Sementara itu, (Amin.M, 2016) mendefinisikan mobile banking sebagai platform digital yang memberikan layanan perbankan secara real-time, mencakup transaksi seperti transfer dana, pembayaran tagihan, cek saldo, hingga layanan investasi.

(Susanto, A., Lee, H., & Zo, 2016) menambahkan bahwa mobile banking mencakup dimensi seperti kemudahan

penggunaan, keamanan, dan kecepatan layanan, yang menjadi elemen utama untuk memenuhi kebutuhan nasabah di era digital. Dengan perkembangan teknologi, mobile banking tidak hanya menjadi alat transaksi tetapi juga berfungsi sebagai solusi manajemen keuangan yang terintegrasi.

Mobile Banking memberi kemudahan bagi nasabah untuk melakukan pengecekan saldo tabungan, membayar tagihan maupun melakukan transfer dana ke rekening yang lain. Nasabah tidak perlu lagi datang dan antre 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 mereka secara lebih leluasa, di mana saja, kapan saja, tanpa harus secara fisik mengunjungi bank tersebut.

4. Pengaruh Kualitas Layanan SMS Banking Terhadap Loyalitas Nasabah

a. Pentingnya SMS Banking

Layanan SMS Banking merupakan salah satu inovasi dalam industri perbankan yang memungkinkan nasabah untuk melakukan berbagai transaksi perbankan melalui pesan singkat. Layanan ini memberikan kemudahan akses dan kenyamanan bagi nasabah, terutama bagi mereka yang

memiliki mobilitas tinggi atau tidak memiliki akses mudah ke kantor cabang bank.

Bryant (1996) dalam jurnal (Suryanto & Aziz, 2019) mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan yang tinggi tercapai ketika nilai dan kualitas yang dirasakan melebihi harapan pelanggan. Dengan kata lain, semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan oleh nasabah, semakin besarpula kecintaan mereka terhadap produk yang ditawarkan oleh bank tersebut.

b. Dimensi Kualitas Layanan SMS Banking

Mengacu pada lima dimensi kualitas layanan yang disebutkan di atas, layanan SMS Banking dapat dievaluasi melalui:

1) *Tangibles*

Ketersediaan teknologi yang mendukung dan kemudahan penggunaan layanan SMS Banking.

2) *Reliability*

Keandalan sistem dalam memproses transaksi tanpa kesalahan.

3) *Responsiveness*

Kecepatan sistem dalam merespon permintaan transaksi nasabah.

4) *Assurance*

Keamanan dan kerahasiaan informasi nasabah yang terjamin.

5) *Empathy*

Kemampuan layanan untuk memberikan informasi yang relevan dan mendukung kebutuhan nasabah secara personal.

5. Hubungan Kualitas Layanan SMS Banking dengan Loyalitas Nasabah

Penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara kualitas layanan dan loyalitas nasabah. Ketika nasabah merasa puas dengan kualitas layanan yang diberikan, mereka cenderung menjadi lebih loyal. Dalam konteks SMS Banking, nasabah yang merasa puas dengan kemudahan, kecepatan, dan keamanan layanan ini akan lebih mungkin untuk terus menggunakan layanan tersebut dan merekomendasikannya kepada orang lain.

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini merupakan sebagai acuan referensi penulis untuk mendapatkan teori yang di gunakan dalam penelitian agar mendapatkan hasil penelitian yang relevan dan objektif, untuk penjelasan lebih lanjut di bawah ini sebagai berikut :

TABEL 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama peneliti dan tahun penelitian	Judul penelitian	Variabel (kuantitatif)	Alat analisis	Hasil Penelitian
1.	Bela Eka Juliana, Suprpto, Susilowati Rahayu. (2022)	Pengaruh Kuliatas Layanan mobile Banking Terhadap loyalitas Nasabah Di Bank BNI Kantor Kas Baureno Kabupaten Bojonegoro	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif.	Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis regresi linear sederhana.	Hasil penelitian ini adalah kualitas layanan mobile banking berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank BNI kantor Kas Baureno Kabupaten Bojenogoro.
2.	(Vahlevi & Indra Vitaharsa, 2022)	Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank BUMN Di Makassar	Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif	Mengguna kan alat analisis regresi linear sederhana.	Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan mobile banking berpengaruh positif terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah, sedan gkan kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas yang dimediasi oleh kepuasan nasabah.
3.	(Adolph, 2016)	Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Layanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Penggunnaan BNI MOBILE BANKING	Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif	Teknik pengambilan sampel menggunakan nonprobability sampling dengan cara accidental sampling,	Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua variabel independen secara bersama – sama berpengaruh positif dan signifikan secara individual

		Studi Kasus BNI Kantor Cabang Harmoni			terhadap loyalitas pengguna mobile banking.
4.	(Siswadi et al., 2022)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Dan Regiliusitas Terhadap Kepuasan Dan Lotalitas Nasabah Pt Bank Nagari	Penelitian menggunakan metode kuantitatif	Analisi jalur dengan bantuan aplikasi SMART PLS 3.0.	Hasil penelitian ini menemukan bahwa kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah.
5.	(Akuntansi, 2022)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Kantor Notaris Dan PPAT Indah Khaerunnisa, SH.,M.Kn	Jenis Penelitian Ini Adalah Penelitian Kuantitatif	Regresi Linier Berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan (2) kepuasan pelanggan berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan (3) kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan.
6.	Lestari dan Pratama (2021)	Pengaruh Kualitas Layanan Perbankan Digital terhadap Loyalitas Nasabah di Bank TUV	Independen: Kualitas Layanan Perbankan Digital (keandalan, daya tanggap,	Regresi Linier Berganda	Semua dimensi kualitas layanan perbankan digital memiliki pengaruh signifikan terhadap

			jaminan, bukti fisik, empati) Dependen: Loyalitas Nasabah		loyalitas nasabah.
7.	Wirawan dan Rahmawati (2020)	Analisis Kualitas Layanan Perbankan Elektronik dan Loyalitas Nasabah di Bank NOP	Independen: Kualitas Layanan Perbankan Elektronik (keandalan, daya tanggap, jaminan, bukti fisik, empati) Dependen: Loyalitas Nasabah	Regresi Linier Berganda	Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan perbankan elektronik berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.
8.	Nugraha dan Fitriani (2022)	Pengaruh Kualitas Layanan SMS Banking terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank QRS di Yogyakarta	Independen: Kualitas Layanan SMS Banking (keandalan, daya tanggap, jaminan, bukti fisik, empati) Dependen: Loyalitas Nasabah	Regresi Linier Berganda	Penelitian ini menemukan bahwa kualitas layanan SMS banking secara signifikan mempengaruhi loyalitas nasabah, terutama melalui dimensi keandalan dan jaminan.
9.	Indra dan Desi (2021)	Analisis Pengaruh Kualitas Layanan SMS Banking terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank VWX	Independen: Kualitas Layanan SMS Banking (keandalan, daya tanggap, jaminan, bukti fisik, empati) Dependen: Loyalitas Nasabah	Regresi Linier Berganda	Semua dimensi kualitas layanan SMS banking memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah, dengan dimensi jaminan menjadi faktor utama.
10.	Joko dan Laila (2020)	Pengaruh Kualitas Layanan SMS Banking terhadap Loyalitas	Independen: Kualitas Layanan SMS Banking (keandalan, daya tanggap,	Regresi Linier Berganda	Dimensi keandalan dan empati memiliki pengaruh signifikan terhadap

		Nasabah di Bank XYZ	jaminan, bukti fisik, empati) Dependen: Loyalitas Nasabah		loyalitas nasabah, sedangkan dimensi lainnya tidak signifikan.
--	--	---------------------	--	--	--

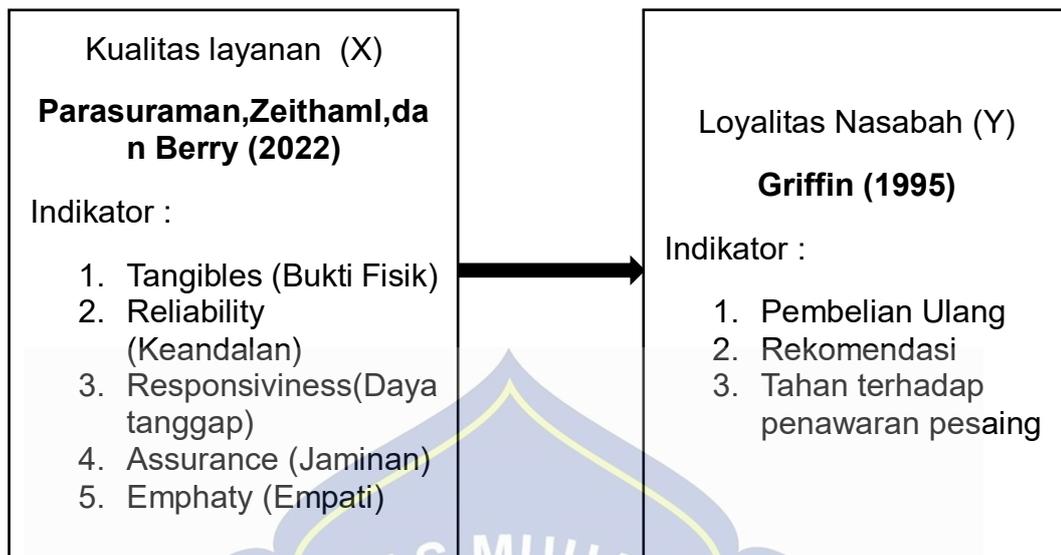
C. Kerangka Pikir

Analisis loyalitas nasabah diasumsikan dapat membantu perusahaan untuk menemukan bagian mana dari suatu produk atau jasa yang perlu ditingkatkan, juga dapat membantu mengevaluasi posisi perusahaan saat ini dibandingkan dengan pesaing lainnya.

Bank merupakan salah satu bentuk bisnis yang bergerak dibidang jasa. Loyalitas pelanggan di bidang jasa dapat ditelusuri melalui kriteria-kriteria umum atau standar-standar yang menentukan kualitas suatu jasa. Kualitas jasa tersebut terdiri dari lima dimensi jasa, yaitu :

1. *Responsiveness* (ketanggapan)
2. *Reliability* (keandalan)
3. *Emphaty* (empati)
4. *Assurance* (jaminan)
5. *Tangibles* (bukti langsung)

Pengukuran tingkat kualitas layanan melalui kelima dimensi jasa tersebut akan menghasilkan suatu tingkat loyalitas pelanggan. Berikut adalah gambaran kerangka pikir dalam gambar 2.1.



Gambar 2. 1 Kerangka Pikir

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara dari pertanyaan yang ada dalam perumusan masalah yang harus dibuktikan kebenarannya atau ketidak benarannya dengan alat uji melalui pengumpulan dan penganalisisan data.

Berdasarkan latar belakang masalah, perumusan masalah, dan kerangka pikir yang telah dikemukakan sebelumnya, maka penulis merumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut :

H1: Kualitas Layanan Mobile Banking (Tangibles, Reliability, Assurance, Empathy) Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Loyalitas Nasabah Pad Apt. Bank Negara Indonesia (BNI) Kcp Palattae Kab. Bone.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif, yaitu metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada pengumpulan data menggunakan instrument penelitian dan data lainya yang berhubungan dengan pembahasan, serta yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah diterapkan.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT Bank Negara Indonesia (BNI) Kcp Palattae yang beralamat di Palattae, Kec.Kahu, Kabupaten Bone, Sulawesi Selatan. Penelitian ini dilaksanakan kurang lebih dua bulan mulai dari bulan Januari – Februari 2025.

C. Jenis dan sumber Data

1. Jenis Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Data Kuantitatif Yaitu data dalam bentuk angka yang dapat dihitung, yang diperoleh dari perhitungan kuesioner yang akan dilakukan yang berhubungan dengan masalah yang dibahas.
2. Sumber Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari penelitian di

3. lapangan, yang sumbernya dari responden, dan hasil wawancara dengan pimpinan perusahaan dan staf yang bersangkutan dengan masalah yang diteliti.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi menurut (Sugiyono, 2016) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian diambil kesimpulannya. Populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah PT. Bank Negara Indonesia (BNI) Kantor Cabang Sengkang yang menggunakan layanan Mobile Banking di Kcp Palattae.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang dijadikan objek dalam melakukan penelitian. Sugiyono (2017:81) sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel penelitian akan diambil menggunakan teknik purposive sampling dengan jumlah sampel sebanyak 103 responden.

Oleh karena itu menentukan jumlah sampel yang di butuhkan maka penelitian ini menggunakan rumus slovin untuk mengukur sampel dalam penelitian sebagai berikut :

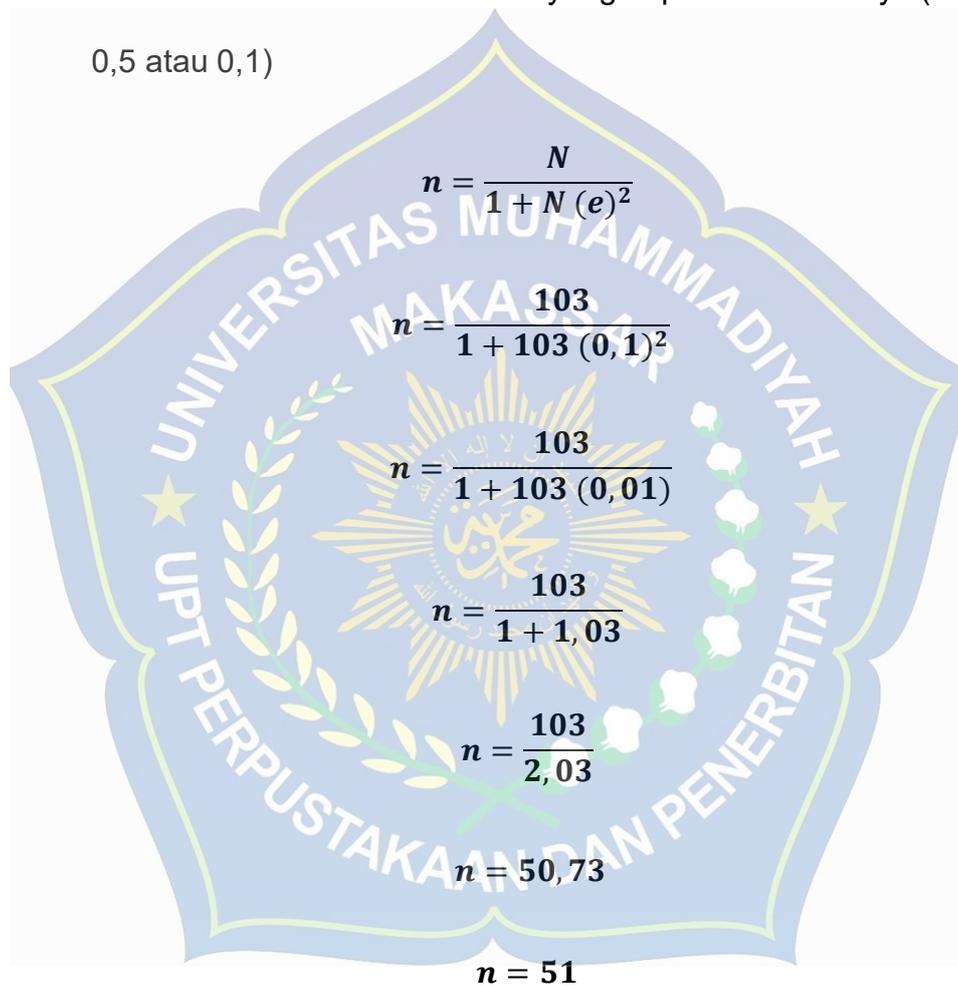
$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

Dimana :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = batas kesalahan maksimum yang dapat ditoleransinya (biasanya 0,5 atau 0,1)



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

$$n = \frac{103}{1 + 103(0,1)^2}$$

$$n = \frac{103}{1 + 103(0,01)}$$

$$n = \frac{103}{1 + 1,03}$$

$$n = \frac{103}{2,03}$$

$$n = 50,73$$

$$n = 51$$

Jadi jumlah sampel adalah 51 orang

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kegiatan mengumpulkan data dengan cara menyebarkan

kuesioner yang berisi pertanyaan secara tertulis atau secara online dengan menggunakan google forms kepada para nasabah Mobile Banking pada Bank BNI Kcp Palattae Kab.Bone.

F. Definisi Oprasional Variabel

1. Definisi Oprasional 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 Oprasional Variabel

No	Variable	Definisi Oprsional Variable	Indikator	Pengukuran
----	----------	-----------------------------	-----------	------------

1	Kualitas Layanan Mobile Banking (X)	<p>Kualitas layanan merujuk pada kemampuan sebuah organisasi untuk memenuhi atau bahkan melampaui harapan pelanggan melalui pemberian layanan yang efisien, efektif, dan berfokus pada kepuasan. Dalam perspektif manajemen keuangan, kualitas layanan melibatkan pengelolaan sumber daya secara optimal untuk memastikan layanan yang disediakan tidak hanya berkualitas tinggi, tetapi juga hemat biaya. Ini mencakup pengendalian pengeluaran, alokasi anggaran yang strategis, serta menjaga aksesibilitas layanan bagi pelanggan.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tangibles (Bukti Fisik) 2. Reliability (Keandalan) 3. Responsiveness (Daya Tanggap) 4. Assurance (Jaminan) 5. Empathy (Empati) 	Skala Likert
2	Kepuasan Nasabah (Y)	<p>Kepuasan nasabah adalah perasaan puas yang dialami oleh nasabah ketika harapan mereka sesuai atau terlampaui oleh pengalaman atau kualitas layanan</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pembelian Ulang 2. Rekomendasi 3. Tahan terhadap penawaran pesaing 	Skala Likert

		<p>yang diterima. Kepuasan ini terjadi jika layanan yang diberikan mampu memenuhi atau bahkan melampaui kebutuhan dan ekspektasi nasabah dalam hal kualitas, kecepatan, keandalan, dan kenyamanan. Dalam kerangka manajemen, kepuasan nasabah juga menggambarkan kemampuan organisasi untuk memberikan nilai tambah melalui produk atau layanan yang disediakan, yang pada akhirnya dapat memperkuat loyalitas, membangun kepercayaan, serta menciptakan hubungan jangka panjang yang positif antara nasabah dan organisasi.</p>		
--	--	--	--	--

2. Pengukuran Variabel

Untuk mengukur variabel penelitian yang telah ditentukan digunakan skala pengukuran. Skala ini berfungsi untuk menilai pendapat dan persepsi individu atau kelompok mengenai fenomena

sosial. Dalam penelitian ini variabel yang akan diukur telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti dan selanjutnya akan disebut sebagai variabel penelitian.

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 dengan 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 yang berjenjang maka jawaban bisa diberi bobot sesuai dengan intensitasnya dengan kategori pada tabel 3.2 :

Tabel 3. 2 Pengukuran Instrumen 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 variabel penelitian.

(Sugiyono, 2007) 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 di ukur 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 di ukur 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

H. Uji Hipotesis

1. Secara Parsial (Uji t) bertujuan menganalisis besarnya pengaruh masing-masing perubah independen secara individual (parsial) terhadap perubah dependen. Hasil dari uji t menunjukkan masingmasing 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 :

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

semakin mendekati angka nol, berarti semakin lemah kemampuan variable independen dalam menjelaskan variable.



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Bank Negara Indonesia (BNI) Kcp Palattae Kab.Bone

Wakil Bupati Bone Drs.H.Ambo Dalle MM. Meresmikan outlet Bank Negara Indonesia (BNI) (KCP) Palattae Kecamatan Kahu, Kab.Bone Senin 25 September 2017.

Pimpinan atau Chief Executive Officer (CEO) BNI Wilayah Makassar mengatakan, BNI merupakan pelopor BUMN dalam berbagai produk perbankan di Indonesia. Kabupaten Bone memiliki potensi sangat besar, merupakan daerah terluas dengan padat penduduk terbesar kedua setelah Makassar, maka dari itu, kami membuka outlet ketiga di Kabupaten Bone.

Sementara Wakil Bupati Bone dalam sambutannya mengatakan Pallatae salah satu wilayah pengembangan pertanian dan peternakan di kabupaten Bone. Pemerintah Kabupaten Bone berharap kehadiran BNI semakin meningkatkan perekonomian di daerah ini.

Kisaran rata-rata 38 milyar rupiah setiap Minggu, uang beredar di Kabupaten Bone. Inilah salah satu sebab Bank Indonesia (BI) membuka Outlet ketiga di Pallatae. “Insya Allah

Bone bisa dibangun jika perbankan sejalan dengan pemerintah,”
tutup Wakil Bupati Bone.

2. Visi dan Misi

a. Visi

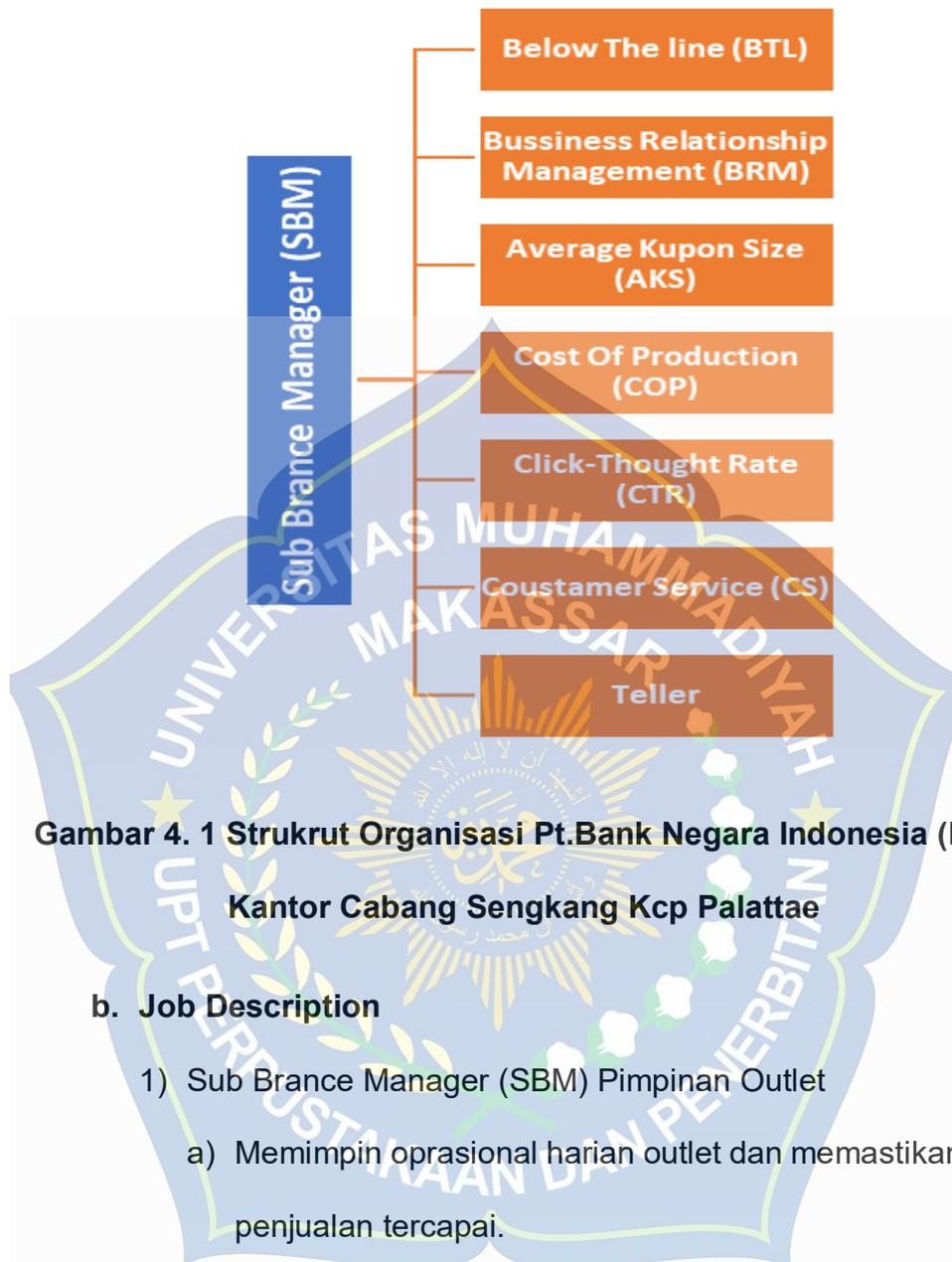
Menjadi lembaga keuangan yang terunggul dalam layanan
dan kinerja secara berkelanjutan.

b. Misi

- 1) Memberikan layanan prima dan solusi digital kepada seluruh nasabah selaku Mitra Bisnis pilihan utama.
- 2) Memperkuat layanan internasional untuk mendukung kebutuhan Mitra Bisnis Global.
- 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 dan Job Description

a. Struktur Organisasi



**Gambar 4. 1 Strukrut Organisasi Pt. Bank Negara Indonesia (BNI)
Kantor Cabang Sengkang Kcp Palattae**

b. Job Description

- 1) Sub Branch Manager (SBM) Pimpinan Outlet
 - a) Memimpin oprasional harian outlet dan memastikan target penjualan tercapai.
 - b) Mengelola tim, termasuk rekrutmen, pelatihan, dan evaluasi kinerja karyawannya.
 - c) Memastikan standar layanan pelanggan yang tinggi di outlet.
 - d) Mengontrol stok dan memastikan ketersediaan produk sesuai permintaan pelanggan.

e) Membuat laporan penjualan dan analisis kinerja outlet kepada manajemen pusat.

2) Below The Line (BTL)

a) Merancang dan menjalankan strategi pemasaran BTL seperti event, sponsorship, dan promosi langsung.

b) Mengelola anggaran dan efektivitas kampanye pemasaran.

c) Berkoordinasi dengan tim penjualan untuk meningkatkan engagement pelanggan.

d) Mengukur dan menganalisis keberhasilan kampanye BTL.

3) Business Relationship Manager (BRM)

a) Mengembangkan dan memelihara hubungan bisnis dengan pelanggan, mitra, dan vendor.

b) Mengidentifikasi peluang bisnis baru dan strategi peningkatan loyalitas pelanggan.

c) Menyelesaikan konflik atau masalah yang muncul dalam hubungan bisnis.

d) Membantu dalam negosiasi kontrak dan kesepakatan bisnis.

4) Average Kupon Size (AKS)

a) Menganalisis data transaksi pelanggan untuk mengoptimalkan nilai rata-rata pembelian per transaksi.

- b) Berkolaborasi dengan tim pemasaran untuk merancang strategi peningkatan AKS.
 - c) Mengembangkan program promosi yang mendorong pelanggan melakukan pembelian dalam jumlah lebih besar
- 5) Cost of Production (COP)
- a) Menghitung dan mengontrol biaya produksi untuk meningkatkan efisiensi operasional.
 - b) Menganalisis biaya bahan baku, tenaga kerja, dan overhead produksi.
 - c) Menyusun rekomendasi untuk menekan biaya produksi tanpa mengurangi kualitas produk.
- 6) Click-Through Rate (CTR)
- a) Menganalisis dan mengoptimalkan kampanye digital untuk meningkatkan CTR.
 - b) Mengelola iklan online, seperti google Ads dan media sosial, agar lebih efektif.
 - c) Menggunakan data analitik untuk memahami perilaku pengguna dan meningkatkan konversi.
- 7) Customer Service (CS)
- a) Menjawab pertanyaan pelanggan dan menangani keluhan dengan solusi yang cepat dan efektif.

- b) Memberikan informasi tentang produk atau layanan kepada pelanggan.
 - c) Memastikan kepuasan pelanggan melalui komunikasi yang ramah dan profesional.
 - d) Mencatat dan melaporkan umpan balik pelanggan untuk peningkatan layanan.
- 8) Teller
- a) Melayani Nasabah
 - b) Membantu transaksi keuangan dan mencatat transaksi keuangan.

B. Hasil Penelitian

1. Karakteristik Responden

a. Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin

Karakteristik dari jenis kelamin responden dapat dikelompokkan menjadi 2 yaitu laki-laki dan perempuan, agar lebih jelasnya maka disajikan dalam bentuk tabel 4.1 di bawah ini :

Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Frekuensi (%)
1	Laki-Laki	20	39.2
2	Perempuan	31	60.8

Jumlah	51	100%
--------	----	------

Sumber : Hasil Olahan Data SPSS IBM Statistic 25

Berdasarkan tabel 4.1 diatas maka dapat disimpulkan bahwa karakteristik responden jenis kelamin laki-laki yang berada pada angka 20 responden dengan presentase 39.2%, sedangkan jenis kelamin perempuan berada pada angka 31 responden dengan presentase 60.8% atau berada pada posisi teratas dari jenis kelamin laki-laki.

b. Karakteristik Responden menurut Umur

Sebagaimana penetapan karakteristik responden, maka peneliti menyajikan karakteristik ini dalam bentuk sebagaimana berikut :

Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Menurut Usia/Umur

No	Umur Responden	Frekuensi	Frekuensi (%)
1	20-25	13	25.5%
2	26-30	8	15.7%
3	31-35	11	21.6%
4	36-40	6	11.8%
5	41-45	13	25.5%
Jumlah		51	100%

Sumber : Hasil Olahan Data SPSS IBM Statistic 25

Berdasarkan tabel 4.2 diatas, maka diperoleh hasil dari karakteristik responden dari segi umur, maka dapat diasumsikan bahwa yang berusia 20-25 tahun sebanyak 13 orang dengan presentase sebesar 25.5% , 26-30 tahun sebanyak 8 orang dengan presentase sebesar 15.7%, 31-35 tahun sebanyak 11 orang dengan presentase sebesar 21.6%, 36-40 tahun sebanyak 6 orang dengan presentase sebesar 11.8%, 41-45 tahun sebanyak 13 orang dengan presentase sebesar 25.5%. Berdasarkan data diatas maka dapat disimpulkan bahwa Nasabah di PT Bank Negara Indonesia (BNI) Kcp Palattae Kab.Bone di dominasi oleh Nasabah yang berusia 20-25 dan 41-45 tahun yang berjumlah 13 orang.

c. Karakteristik Responden Menurut Pendidikan

Jenis pendidikan responden menjelaskan latar belakang pendidikan responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini, maka pendidikan reponden dapat diklasifikasikan. Oleh karena itulah dalam pengelompokkan pendidikan responden dapat dilihat pada tabel 4.3 :

Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Menurut Tingkat Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan Terakhir	frekuensi	Frekuensi %
1	SD-SMP	10	19.6%
2	SMA/SEDERAJAT	17	33.3%
3	D-III/D-IV	2	3.9%
4	S-1	21	41.2%
5	S-2	1	2.0%
TOTAL		51	100%

Sumber : Hasil Olahan Data SPSS IBM 25

Berdasarkan tabel 4.3 di atas, dapat dianalisa dimana karakteristik reponden pendidikan SD-SMP berjumlah 10 orang dengan presentase sebesar 19.6%, SMA-SEDERAJAT sebanyak 17 orang dengan presentase sebesar 33.3%, D-III/D-IV sebanyak 2 orang dengan presentase sebesar 3.9%, S-1 sebanyak 21 orang dengan presentase 41.2% dan S-2 sebanyak 1 orang dengan presentase 2.0%. Berdasarkan data di atas dapat disimpulkan bahwa nasabah pada PT Bank Negara Indonesia (BNI) Kcp Palattae Kab.Bone di dominasi oleh nasabah yang berpendidikan terakhir S-1 dengan jumlah 21 orang dengan presentase 41.2%.

2. Analisis Deskriptif Variabel

a. Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Layanan (X1)

Data dikumpulkan dari nasabah di PT Bank Negara Indonesia (BNI) Kcp Palattae Kab.Bone dengan menggunakan Kuesioner/angket tertutup dengan alternatif jawaban “Sangat Setuju,Setuju,Netral,Tidak Setuju,Sangat Tidak Setuju”. Sebanyak 13 pertanyaan di gunakan dalam angket ini, yang dijawab oleh 51 responden, maka diperoleh data dalam tabel berikut :

Tabel 4. 4 Hasil Pengukuran Variabel Kualitas Layanan

No	Indikator	SS	S	N	TS	STS	Total	Mean
1	X.1	35	13	3	0	0	51	4.63
2	X.2	37	11	3	0	0	51	4.67
3	X.3	37	11	3	0	0	51	4.67
4	X.4	34	15	2	0	0	51	4.63
5	X.5	35	14	2	0	0	51	4.65
6	X.6	38	11	2	0	0	51	4.71

Sumber olahan SPSS 25

Berdasarkan tabel 4.4 diatas mengenai tanggapan responden yang menunjukkan pernyataan dan nilai rata-rata tertinggi berada pada X.6, dengan nilai 4.71,dan pernyataan dengan nilai rata-rata terendah berada pada X.1 dan X4 dengan nilai 4.63.

b. Uji Kualitas Data

1) Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau 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 $df = (N-2) = 0.21$.



Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas

Variabel	indikator	Nilai r- Hitung	Nilai r- Tabel	sig	Keterangan
Kualitas Layanan (X)	X.1	0.924	0.2759	0.000	Valid
	X.2	0.909	0.2759	0.000	Valid
	X.3	0.909	0.2759	0.000	Valid
	X.4	0.857	0.2759	0.000	Valid
	X.5	0.945	0.2759	0.000	Valid
	X.6	0.933	0.2759	0.000	Valid
Loyalitas Nasabah (Y)	Y.1	0.704	0.2759	0.000	Valid
	Y.2	0.845	0.2759	0.000	Valid
	Y.3	0.968	0.2759	0.000	Valid
	Y.4	0.923	0.2759	0.000	Valid
	Y.5	0.872	0.2759	0.000	Valid
	Y.6	0.883	0.2759	0.000	Valid
	Y.7	0.940	0.2759	0.000	Valid

Sumber : Hasil Olahan Data SPSS IBM Statistic 25

Menurut tabel (4.5) Uji Validasi dilakukan untuk membandingkan nilai r-hitung dengan nilai r-tabel. Jika nilai r-hitung < dari nilai r-tabel, indikator dianggap valid, tetapi jika nilai r-hitung lebih rendah dari nilai r-tabel, indikator dianggap tidak valid. Semua variabel kualitas layanan (X), dan Loyalitas Nasabah (Y) memiliki nilai r-hitung yang diperoleh

berdasarkan data diatas. Karena nilai r-hitung lebih besar dari nilai r-tabel sebesar 0.2759, semua variabel.

2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Reliabilitas diukur dengan uji statistik *cronbach's alpha* >0.60. Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4. 6 Hasil Uji Reliabilitas

variabel	Nilai Cronbach's Alphah	Standar Reliabilitas	Keterangan
Kualitas Layanan (X)	0.960	> 0.60	Reliabel
Loyalitas Nasabah (Y)	0.935	> 0.60	Reliabel

Sumber : Hasil Olahan Data SPSS IBM Statistic 25

Berdasarkan dari hasil uji reliabilitas diatas dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas layanan (X), dan Loyalitas Nasabah (Y) masing-masing memiliki nilai *Cronboach's alpha* lebih besar dari 0.60. Oleh karena itu, semua variabel yang ada di instrumen ini dapat dianggap valid (Anggraeni et al.2022).

c. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana adalah analisis regresi linier yang hanya melibatkan dua variabel, yaitu 1 (satu) variabel dependen atau terkait dari 1 (satu) variabel independen atau bebas.

Tabel 4. 7 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	sig
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.155	1.528		.102	.920
	KualitasLayanan	1.160	.054	.950	21.350	.000

a. Dependent variable : LoyalitasNasabah

Sumber : Hasil Olahan Data SPSS IBM Statistic 25

Hasil persamaan regresi untuk perhitungan ini, seperti yang ditunjukkan dalam hasil perhitungan yang tercantum di tabel (4.7) adalah :

$$Y = a + bX + e$$

$$Y = 0.155 + 1.160 X + e$$

Persamaan di atas dijelaskan sebagai berikut :

- 1) $a = 0.155$ merupakan nilai konstanta, jika nilai X_1 dianggap 0 maka nilai dari loyalitas nasabah adalah sebesar 0.155
- 2) $\beta_x = 1.160$ artinya variabel kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah dan apabila variabel

loyalitas nasabah meningkat satu satuan, maka kualitas layanan akan meningkat sebesar 1.160 satuan.

3. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Diketahui t_{tabel} sebesar **1.677**. nilai ini ditetapkan dari rumus $df = n - k = 1.677$. Hasil Uji t pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 4. 8 Hasil Uji Parsial (Uji t)

Model		coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standarize d Coefficients	t	sig
		B	Std.Error	Beta		
1	(Constant)	.155	1.582		.102	.920
	Kualitas Layanan	1.160	.054	.950	21.350	.000

a. Dependent variable : Loyalitas Nasabah

Sumber : Hasil Olahan Data SPSS IBM Statistic 25

Berdasarkan tabel (4.8) diatas diperoleh dari nilai koefisien pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah diperoleh nilai t_{hitung} **21.350** > t_{tabel} **1.677** dan nilai signifikan = **0.000** < **0.05**.

Hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Negara Indonesia (BNI) Kcp Palattae Kab.Bone.

b. Uji Koefisien Determinasi R²

Tabel 4. 9 Hasil Analisis Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.950 ^a	.903	.901	1.206

Sumber : Hasil Olahan Data SPSS IBM Statistic 25

Berdasarkan tabel (4.9) di atas dijelaskan bahwa R memiliki nilai sebesar 0.950 yang menunjukkan bahwa loyalitas nasabah dengan variabel independen yang kuat, karena memiliki definisi yang jelas dengan nilai antara 0,5 – 0.8. namun nilai R Square sebesar 0.903 atau 90.3%, menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan (X) sebesar 90.3% bertanggungjawab atas variabel Loyalitas Nasabah (Y). Variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini dapat bertanggungjawab atas sisa 0.097%.

C. Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Loyalitas Nasabah

Berdasarkan teori (Kotler, P & Keller, 2016) mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu cara kerja perusahaan yang berusaha mengadakan perbaikan mutu secara terus – menerus terhadap proses, produk dan service yang dihasilkan perusahaan. Loyalitas berasal dari kata bahasa Inggris, yaitu loyalty dan dalam bahasa Indonesia bermakna kesetiaan atau kepatuhan (Anom & Saffi, 2021).

Loyalitas nasabah diukur dari tiga indikator: pembelian ulang (repeat purchase), rekomendasi kepada orang lain (word of mouth), dan ketahanan terhadap tawaran pesaing. Berdasarkan hasil penelitian, mayoritas responden menunjukkan intensi untuk terus menggunakan mobile banking BNI dan merekomendasikannya kepada pihak lain, serta tidak mudah berpindah ke bank lain meskipun ditawarkan layanan serupa.

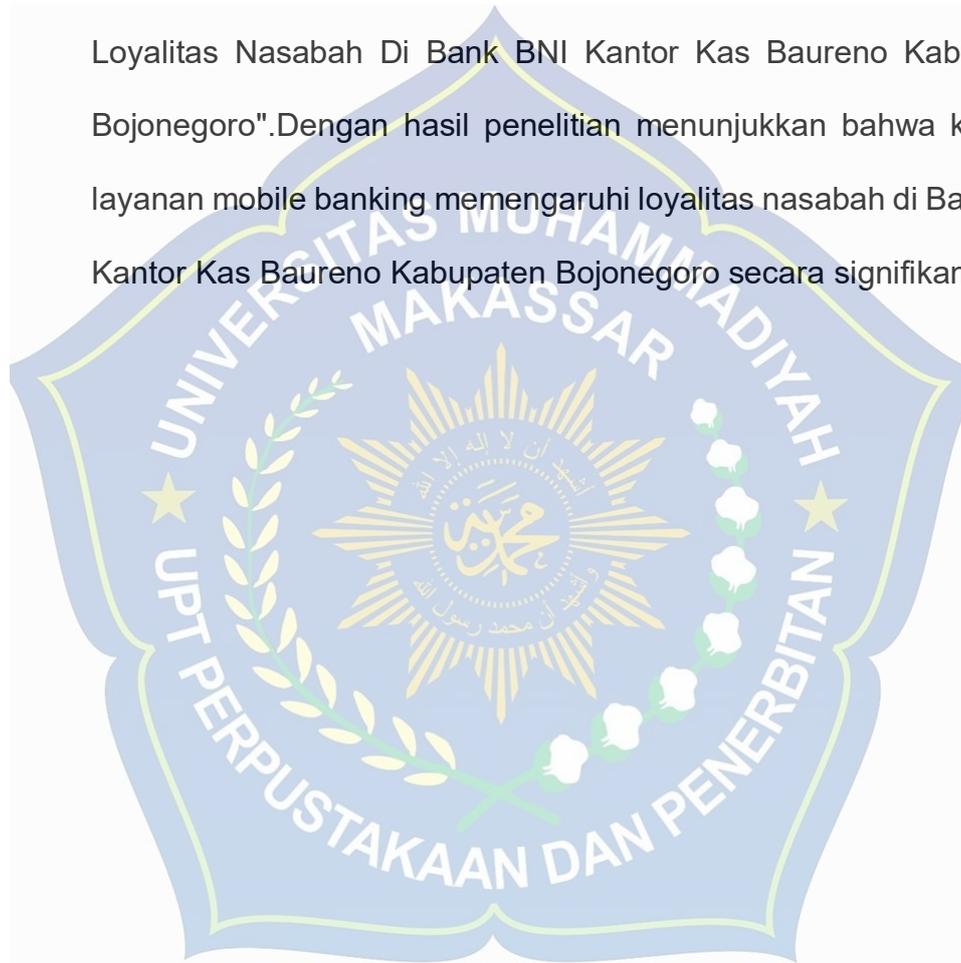
Temuan ini sejalan dengan teori Parasuraman et al. (1988) tentang SERVQUAL, yang menyatakan bahwa lima dimensi kualitas layanan sangat berpengaruh terhadap persepsi dan kepuasan pelanggan. Selain itu, sesuai pula dengan pernyataan Griffin (1995) bahwa loyalitas pelanggan dapat terbentuk dari kepuasan terhadap kualitas produk dan layanan yang diterima secara konsisten.

Secara umum, hasil pemeriksaan variabel kualitas layanan menunjukkan bahwa loyalitas nasabah pada PT. Bank Negara Indonesia (BNI) Kcp Palattae Kab.Bone sangat dipengaruhi.

Berdasarkan informasi yang ada di lapangan atau tempat penelitian, ditemukan bahwa kehandalan karyawan di Bank Negara Indonesia (BNI) Kcp Palattae Kab.Bone adalah faktor utama yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Semakin tinggi kehandalan karyawan, semakin tinggi kepuasan pelanggan, dan tingkat jaminan dan empati karyawan berpengaruh terhadap

kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya menghasilkan layanan yang lebih baik dan lebih akurat.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Bela Eka Juliana, Suprpto, dan Susilowati Rahayu (2022) dengan judul "Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Loyalitas Nasabah Di Bank BNI Kantor Kas Baureno Kabupaten Bojonegoro". Dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan mobile banking memengaruhi loyalitas nasabah di Bank BNI Kantor Kas Baureno Kabupaten Bojonegoro secara signifikan.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Hasil penelitian dan diskusi menunjukkan bahwa kualitas layanan mobile banking pada PT. Bank Negara Indonesia (BNI) Kcp Palattae Kab.Bone Berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Dengan nilai $t_{hitung} 21.350 > t_{tabel} 1.677$ dan nilai signifikan = $0.000 < 0.05$. hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Dengan kata lain, semakin baik layanan mobile banking di PT. Bank Negara Indonesia (BNI) Kcp Palattae Kab.Bone, maka kepuasan nasabah akan meningkat, dan jumlah pelanggan atau nasabah yang akan datang juga akan meningkat.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dengan judul Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT.Bank Negara Indonesia (BNI) Kcp Palattae Kab.bone maka saran dari penelitian ini adalah :

- 1) Bagi Instansi dalam hal ini PT.Bank Negara Indonesia (BNI) Kcp Palattae Kab.bone, Studi ini menunjukkan bahwa loyalitas nasabah oleh mobile banking BNI, tetapi belum sepenuhnya ideal karena beberapa pelanggan merasa layanannya tidak selalu tersedia 24 jam sehari. Selain itu, meskipun sebagian besar pelanggan setuju bahwa

layanan yang diberikan sesuai dengan janji, beberapa merasa sebaliknya .Oleh karena itu, untuk mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan, Bank BNI harus meningkatkan layanan dan menjaga data pribadi pelanggan dengan aman.

- 2) Bagi Akademik Diharapkan bahwa penelitian ini akan memberikan bantuan dan referensi tambahan bagi peneliti selanjutnya dalam melakukan dan mengembangkan penelitian jenis ini di masa yang akan datang.



DAFTAR PUSTAKA

- Adolph, R. (2016). *No Title No Title No Title*. 2015, 1–23.
- Akuntansi, P. S. (2022). 1*, 2 1,2. 20(1), 105–123.
- Amin.M. (2016). . *Kualitas Layanan Perbankan Internet Dan Implikasinya Terhadap Kepuasan Nasabah Elektronik Dan Loyalitas Nasabah Elektronik*.
- Griffin, J. (2022). . *Customer Loyalty: How to Earn It,How to Keep It*. Lexington Books.
- Kotler, P & Keller, K. . (2016). . *Marketing Management*.
- Parasuraman, A. Zeithhaml, dan B. (2022). . *SERVQUAL : A Multiple - Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*.
- Pavlou, P. A. (2003). “Consumer acceptance of electronic commerce : Integrating trust and risk with the technology acceptance model.” *International*.
- Sari, D. M., Fasa, M. I., & Suharto, S. (2021). Manfaat Dan Risiko Penggunaan Layanan Perbankan Melalui Aplikasi Mobile Banking. *Al-Infaq: Jurnal Ekonomi Islam*, 12(2), 170. <https://doi.org/10.32507/ajei.v12i2.892>
- Siswadi, F., Ahmad, M., & Sarmigi, E. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Religiusitas terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Pt. Bank Nagari. *JBEE : Journal Business Economics and Entrepreneurship*, 4(1), 49–62. <https://journal.shantibhuana.ac.id/index.php/bee/article/view/411>
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif,kualitatif,dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). . PT.Alfabet.
- Suryanto, D., & Aziz, N. (2019). *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah SMS Banking Pada Bank Nagari Cabang Pembantu RSUP DR M Djamil Padang*. 1–13.
- Susanto, A., Lee, H., & Zo, H. (2016). . *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Mobile Banking Secara Terus-Menerus Di Kalangan Masyarakat Indonesia*.
- Utami, C. W. (2015). *Manajemen Ritel Strategi dan Implementasi Ritel Modern*. Salemba empat.
- Vahlevi, R., & Indra Vitaharsa, L. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Di Bank Bni Kcu Daan Mogot. *Jurnal Sosial Sains*, 2(9), 1060–1069. <https://doi.org/10.36418/jurnalsosains.v2i9.480>

L

A

M

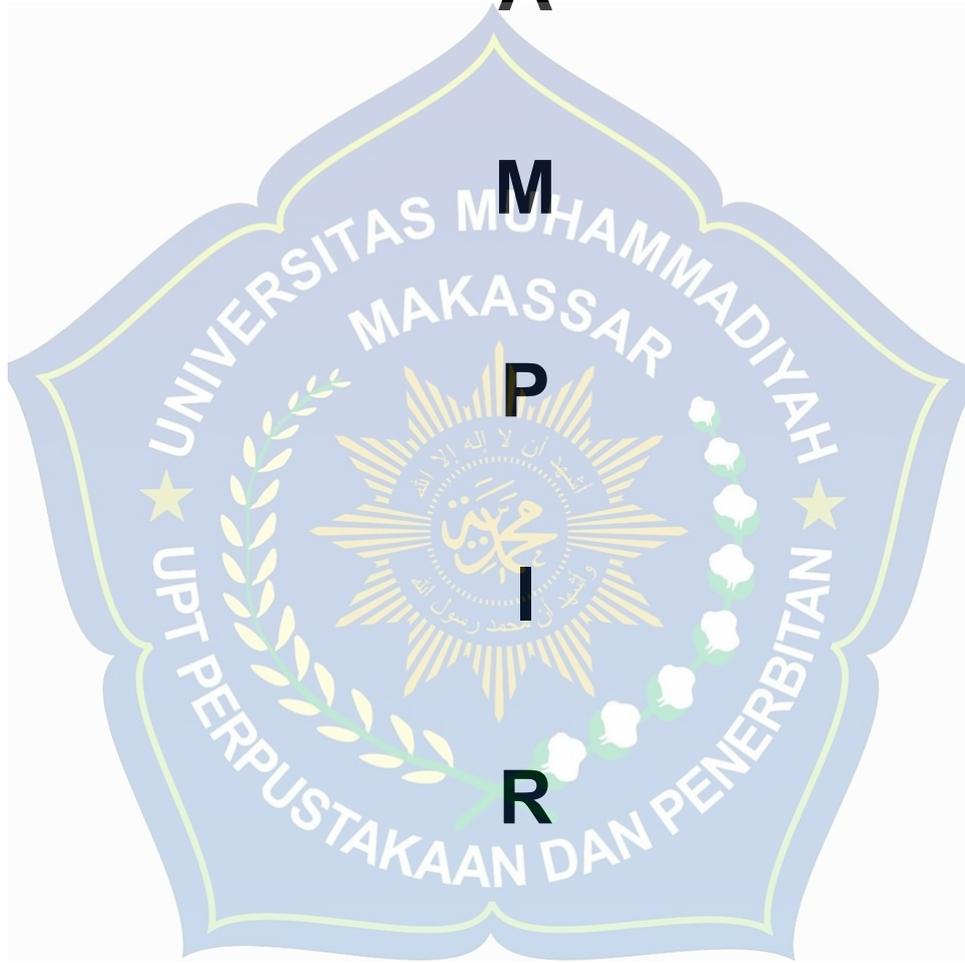
P

I

R

A

N



LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN

KUESIONER ANGKET

Sebelumnya saya sampaikan banyak terimakasih kepada bapak /ibu atas kesediaan dan partisipasinya dalam mengisi serta menjawab pernyataan yang terdapat dalam kuesioner ini. Kuesioner ini disusun sebagai bagian dari penelitian untuk penyusunan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT.Bank Negara Indonesia (BNI) Kantor Cabang Sengkang Kcp Palattae”**.

Seluruh jawaban dan identitas responden akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk keperluan penelitian. Atas waktu dan kerjasama bapak/ibu saya ucapkan banyak terima kasih.

IDENTITAS RESPONDEN

Isilah Biodata Anda Dibawah Ini :

Nama :

Jenis Kelamin :

Jabatan :

Lama Bekerja :

Kuesioner Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Kantor Cabang Sengkang PT. Bank Negara Indonesia (persero) tbk Kcp Palattae :

Jenis Kelamin : Pekerjaan :

Pria Mahasiswa

Wanita Staf / Karyawan

Pengusaha

PNS

TNI/Polri

Wiraswasta

Petani

Ibu Rumah Tangga

Pensiunan

DII



Keterangan Cara Pengisian :

Berilah tanda (√) untuk setiap pernyataan ini sesuai dengan kenyataan yang diterima dalam pelayanan paa kolom.

1. Sangat tidak setuju
2. Tidak setuju
3. Netaral
4. Setuju
5. Sangat setuju

Kualitas Layanan (Y)

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					
6	Keluhan terhadap <i>Mobile Banking</i> BNI ditanggapi dengan cepat					
7	Nasabah dapat dengan mudah menghubungi BNI apabila terdapat keluhan					

Loyalitas Nasabah (X)

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 2 TABULASI DATA KUESIONER

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

39	4	5	4	4	4	5	26
40	5	4	4	4	4	4	25
41	4	4	4	4	4	4	24
42	5	5	5	5	5	5	30
43	4	4	4	4	4	4	24
44	5	5	5	5	5	5	30
45	3	3	3	4	3	3	19
46	4	4	4	5	5	5	27
47	5	5	5	4	4	5	28
48	4	4	4	4	4	4	24
49	5	5	5	5	5	5	30
50	5	5	5	5	5	5	30
51	5	5	5	5	5	5	30

Loyalitas Nasabah (Y)								
No	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.TOTAL
1	5	5	5	5	5	5	5	35
2	5	5	5	5	5	5	5	35
3	5	5	5	5	5	4	5	34
4	5	4	5	5	5	4	4	32
5	5	5	5	5	5	5	5	35
6	4	4	5	5	5	4	4	31
7	5	5	5	5	5	5	5	35
8	5	5	5	5	5	5	5	35
9	5	5	5	5	5	5	5	35
10	5	5	5	5	5	5	5	35
11	5	5	5	5	5	5	5	35
12	5	5	5	5	5	5	5	35
13	5	5	5	5	5	5	5	35
14	5	5	5	5	5	5	5	35
15	1	5	5	5	5	5	5	31
16	5	5	5	5	5	5	5	35
17	5	5	5	5	5	5	5	35
18	5	5	5	5	5	5	5	35
19	5	5	5	5	5	5	5	35
20	5	4	5	5	5	5	4	33
21	5	5	5	5	5	5	5	35
22	5	5	5	5	5	5	5	35
23	5	5	5	5	5	5	5	35
24	5	5	5	5	5	5	5	35
25	4	4	4	4	4	4	4	28

26	5	4	4	3	4	4	4	28
27	3	3	3	3	3	3	3	21
28	3	3	3	4	4	3	3	23
29	5	5	5	5	5	5	5	35
30	5	5	5	5	5	5	5	35
31	4	4	4	4	4	4	4	28
32	5	5	5	5	5	5	5	35
33	5	5	5	5	5	5	5	35
34	5	5	5	5	5	5	5	35
35	5	5	5	5	5	5	5	35
36	5	5	5	5	5	5	5	35
37	5	5	5	5	5	5	5	35
38	4	4	4	4	4	4	4	28
39	4	5	4	4	3	5	3	28
40	4	4	4	4	5	4	4	29
41	4	4	4	4	4	4	4	28
42	5	5	5	5	5	5	5	35
43	4	4	4	4	4	4	4	28
44	5	5	5	5	5	5	5	35
45	3	4	3	3	3	3	3	22
46	4	4	5	5	5	5	5	33
47	1	5	4	4	5	5	4	28
48	4	4	4	4	4	4	4	28
49	5	5	5	5	5	5	5	35
50	5	5	5	5	5	5	5	35
51	5	5	5	5	5	5	5	35

LAMPIRAN 3 DATA KARAKTERISTIK RESPONDEN

Nama	Jenis Kelamin	Usia/umur	Pekerjaan	Tingkat Pendidikan Terakhir
MUHAMMAD ALI ARHAM	Laki - Laki	31-35	Staf / Karyawan	S-1
Nia Ramadani	Perempuan	20-25	Mahasiswa	S-1
Widya Nur Cahyani	Perempuan	20-25	Wiraswasta	S-1
RAISAH	Perempuan	41-45	Wiraswasta	SD-SMP
Sulfiani Sufri	Perempuan	31-35	Staf / Karyawan	S-1
MUSTAMIR	Laki - Laki	41-45	Staf / Karyawan	SMA/SEDERAJAT
AFDAL ADZAN ANWAR	Laki - Laki	20-25	Staf / Karyawan	SMA/SEDERAJAT
Taufik Hidayat	Laki - Laki	36-40	Staf / Karyawan	S-1
JUSMAH	Perempuan	31-35	Staf / Karyawan	S-1
Muhammad Harun	Laki - Laki	41-45	Staf / Karyawan	S-1
RISWANDI	Laki - Laki	20-25	Staf / Karyawan	SMA/SEDERAJAT
Jayadi Saputra	Laki - Laki	31-35	Staf / Karyawan	S-1
Asgar	Laki - Laki	26-30	Staf / Karyawan	SMA/SEDERAJAT
SOFYAN	Laki - Laki	26-30	Staf / Karyawan	SMA/SEDERAJAT
Emi Angriani	Perempuan	31-35	Staf / Karyawan	S-1
Karmila Erina Oktavia	Perempuan	26-30	Staf / Karyawan	SMA/SEDERAJAT
Andi Tenri Angka	Perempuan	20-25	Staf / Karyawan	S-1
Andi Ashillah Khaerunnisa	Perempuan	31-35	Staf / Karyawan	S-1
Sunarti	Perempuan	26-30	Staf / Karyawan	D-III / D-IV
Andi Syamsuri Alamsyah	Perempuan	36-40	PNS	S-1
WAHYU PRATAMA	Laki - Laki	20-25	Staf / Karyawan	S-1
Hasaruddin	Laki - Laki	41-45	Wiraswasta	SD-SMP
Nurhidayah	Perempuan	20-25	Mahasiswa	SMA/SEDERAJAT
Nur Ainun	Perempuan	20-25	Mahasiswa	SMA/SEDERAJAT
Riska Wulandari	Perempuan	20-25	Wiraswasta	S-1
Muh nasir	Laki - Laki	20-25	Mahasiswa	S-1

Eka sari miranti	Perempuan	20-25	Staf / Karyawan	S-1
Hasnatang	Perempuan	31-35	Petani	SMA/SEDERAJAT
ASTI SYAHRANI	Perempuan	20-25	Mahasiswa	SMA/SEDERAJAT
ALDI WIRANDI	Laki - Laki	26-30	Wiraswasta	SMA/SEDERAJAT
HERAWATI S.P	Perempuan	31-35	Staf / Karyawan	S-1
Yudi	Laki - Laki	26-30	Staf / Karyawan	SMA/SEDERAJAT
Anasztasia aprilia	Perempuan	26-30	Pengusaha	S-2
Hj.A.Marwa	Perempuan	41-45	Wiraswasta	SD-SMP
Nurmi	Perempuan	41-45	Petani	SMA/SEDERAJAT
Arifin	Laki - Laki	41-45	Petani	SMP
Hastuti,S.Pd	Perempuan	36-40	PNS	S-1
Jumiati S. Pd	Perempuan	36-40	PNS	S-1
Suwarni	Perempuan	41-45	Petani	SD-SMP
Darmaisah	Perempuan	31-35	Wiraswasta	SMA/SEDERAJAT
Naisyah S. Ag	Perempuan	41-45	PNS	S-1
Jusmiani	Perempuan	41-45	Petani	SMA/SEDERAJAT
Sri megawati	Perempuan	20-25	Wiraswasta	SMA/SEDERAJAT
putri zerina	Perempuan	26-30	Petani	D-III / D-IV
Amir	Laki - Laki	41-45	Petani	SD - SMP
Jufri	Laki - Laki	36-40	Petani	SD - SMP
Hasbi	Laki - Laki	36-40	Petani	SD - SMP
Andi Desi	Perempuan	31-35	Petani	SMA/SEDERAJAT
Sultan Syam	Laki - Laki	31-35	Wiraswasta	S-1
Sultang	Laki - Laki	41-45	Petani	SD - SMP
Rosmini	Perempuan	41-45	Petani	SD - SMP

LAMPIRAN 4 ANALISIS DESKRIPTIF

Statistics

Usia

N	Valid	51
	Missing	0

Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 20-25	13	25.5	25.5	25.5
26-30	8	15.7	15.7	41.2
31-35	11	21.6	21.6	62.7
36-40	6	11.8	11.8	74.5
41-45	13	25.5	25.5	100.0
Total	51	100.0	100.0	

Statistics

		JENISKELAMIN	TINGKATPENDIDIKANT ERAKHIR
N	Valid	51	51
	Missing	0	0

JENIS KELAMIN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	LAKI-LAKI	20	39.2	39.2	39.2
	PEREMPUAN	31	60.8	60.8	100.0
Total		51	100.0	100.0	

TINGKAT PENDIDIKAN TERAKHIR

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SD-SMP	10	19.6	19.6	19.6
	SMA-SEDERAJAT	17	33.3	33.3	52.9
	D-III/D-IV	2	3.9	3.9	56.9
	S-1	21	41.2	41.2	98.0
	S-2	1	2.0	2.0	100.0
	Total	51	100.0	100.0	

1. Kualitas Layanan (X)

X.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	3	5.9	5.9	5.9
4	13	25.5	25.5	31.4
5	35	68.6	68.6	100.0
Total	51	100.0	100.0	

X.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	3	5.9	5.9	5.9
4	11	21.6	21.6	27.5
5	37	72.5	72.5	100.0
Total	51	100.0	100.0	

X.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	3	5.9	5.9	5.9
4	11	21.6	21.6	27.5
5	37	72.5	72.5	100.0
Total	51	100.0	100.0	

X.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	2	3.9	3.9	3.9
	4	15	29.4	29.4	33.3
	5	34	66.7	66.7	100.0
	Total	51	100.0	100.0	

X.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	2	3.9	3.9	3.9
	4	14	27.5	27.5	31.4
	5	35	68.6	68.6	100.0
	Total	51	100.0	100.0	

X.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	2	3.9	3.9	3.9
	4	11	21.6	21.6	25.5
	5	38	74.5	74.5	100.0
	Total	51	100.0	100.0	

LAMPIRAN 5 UJI VALIDITAS DAN REABILITAS
Correlations

		X.1	X.2	X.3	X.4	X.5	X.6	X.TOTAL
X.1	Pearson Correlation	1	.832**	.832**	.706**	.854**	.829**	.924**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	51	51	51	51	51	51	51
X.2	Pearson Correlation	.832**	1	.827**	.642**	.789**	.880**	.909**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	51	51	51	51	51	51	51
X.3	Pearson Correlation	.832**	.827**	1	.762**	.789**	.755**	.909**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	51	51	51	51	51	51	51
X.4	Pearson Correlation	.706**	.642**	.762**	1	.842**	.749**	.857**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	51	51	51	51	51	51	51
X.5	Pearson Correlation	.854**	.789**	.789**	.842**	1	.907**	.945**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	51	51	51	51	51	51	51

X.6	Pearson Correlation	.829**	.880**	.755**	.749**	.907**	1	.933**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	51	51	51	51	51	51	51
X.TOTAL	Pearson Correlation	.924**	.909**	.909**	.857**	.945**	.933**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	51	51	51	51	51	51	51

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.960	6

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.TOTAL
Y.1	Pearson Correlation	1	.430**	.612**	.537**	.434**	.441**	.565**	.704**
	Sig. (2-tailed)		.002	.000	.000	.001	.001	.000	.000
	N	51	51	51	51	51	51	51	51
Y.2	Pearson Correlation	.430**	1	.785**	.723**	.657**	.879**	.815**	.845**
	Sig. (2-tailed)	.002		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	51	51	51	51	51	51	51	51
Y.3	Pearson Correlation	.612**	.785**	1	.941**	.882**	.855**	.904**	.968**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	51	51	51	51	51	51	51	51
Y.4	Pearson Correlation	.537**	.723**	.941**	1	.882**	.797**	.850**	.923**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000

	N	51	51	51	51	51	51	51	51
Y.5	Pearson Correlation	.434**	.657**	.882**	.882**	1	.737**	.859**	.872**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	51	51	51	51	51	51	51	51
Y.6	Pearson Correlation	.441**	.879**	.855**	.797**	.737**	1	.820**	.883**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	51	51	51	51	51	51	51	51
Y.7	Pearson Correlation	.565**	.815**	.904**	.850**	.859**	.820**	1	.940**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	51	51	51	51	51	51	51	51
Y.TOTAL	Pearson Correlation	.704**	.845**	.968**	.923**	.872**	.883**	.940**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	51	51	51	51	51	51	51	51

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.935	7

LAMPIRAN 6 UJI HIPOTESIS

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.155	1.528		.102	.920
KualitasLayanan	1.160	.054	.950	21.350	.000

a. Dependent Variable: LoyalitasNasabah

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.950 ^a	.903	.901	1.206

a. Predictors: (Constant), KualitasLayanan



LAMPIRAN 7 DOKUMENTASI



LAMPIRAN 8 ADMINISTRASI PENELITIAN



**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

LEMBAGA PENELITIAN PENGEMBANGAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Jl. Sultan Alauddin No. 259 Telp. 866972 Fax (0411)865588 Makassar 90221 e-mail :lp3m@unismuh.ac.id

Nomor : 6036/05/C.4-VIII/II/1446/2025

03 February 2025 M

Lamp : 1 (satu) Rangkap Proposal

04 Sya'ban 1446

Hal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth,

Bapak Gubernur Prov. Sul-Sel

Cq. Kepala Dinas Penanaman Modal & PTSP Provinsi Sulawesi Selatan
di -

Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Berdasarkan surat Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar, nomor: 295/05/A.2-II/46/2025 tanggal 20 Januari 2025, menerangkan bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : ASTI SYAHRANI

No. Stambuk : 10572 1119821

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Jurusan : Manajemen

Pekerjaan : Mahasiswa

Bermaksud melaksanakan penelitian/pengumpulan data dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul :

"PENGARUH KUALITAS LAYANAN MOBILE BANKING TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA PT. BANK NEGARA INDONESIA (BNI) KANTOR CABANG SENGKANG KCP PALATTAE"

Yang akan dilaksanakan dari tanggal 7 Februari 2025 s/d 7 April 2025.

Sehubungan dengan maksud di atas, kiranya Mahasiswa tersebut diberikan izin untuk melakukan penelitian sesuai ketentuan yang berlaku.

Demikian, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan jazakumullahu khaeran

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



Ketua LP3M,
Dr. Muhsin Arief Muhsin, M.Pd.
NBM-1127761



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 : **2651/S.01/PTSP/2025** Kepada Yth.
Lampiran : - Pimpinan PT. Bank Negara Indonesia
Perihal : **Izin penelitian** (BNI) Kantor Cabang Sengkang KCP
Palattae

di-
Tempat

Berdasarkan surat Ketua LP3M UNISMUH Makassar Nomor : 6036/05/C.4-VIII/II/1446/2025 tanggal 03 Februari 2025 perihal tersebut diatas, mahasiswa/peneliti dibawah ini:

N a m a : **ASTI SYAHRANI**
Nomor Pokok : 105721119821
Program Studi : Manajemen
Pekerjaan/Lembaga : Mahasiswa (S1)
Alamat : Jl. Sit 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 LOYALITAS NASABAH PADA PT. BANK NEGARA INDONESIA (BNI) KANTOR CABANG SENGKANG KCP PALATTAE "

Yang akan dilaksanakan dari : Tgl. **07 Februari s/d 07 April 2025**

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 04 Februari 2025

**KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU
SATU PINTU PROVINSI SULAWESI SELATAN**



ASRUL SANI, S.H., M.Si.
Pangkat : PEMBINA TINGKAT I
Nip : 19750321 200312 1 008

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

Nomor: 2651/S.01/PTSP/2025

KETENTUAN PEMEGANG IZIN PENELITIAN :

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan, kepada yang bersangkutan melapor kepada Bupati/Walikota C q. Kepala Bappelitbangda Prov. Sulsel, apabila kegiatan dilaksanakan di Kab/Kota
2. Penelitian tidak menyimpang dari izin yang diberikan
3. Mentaati semua peraturan perundang-undangan yang berlaku dan mengindahkan adat istiadat setempat
4. Menyerahkan 1 (satu) eksampulard hardcopy dan softcopy kepada Gubernur Sulsel. Cq. Kepala Badan Perencanaan Pembangunan Penelitian dan Pengembangan Daerah Prov. Sulsel
5. Surat izin akan dicabut kembali dan dinyatakan tidak berlaku apabila ternyata pemegang surat izin ini tidak mentaati ketentuan tersebut diatas.

REGISTRASI ONLINE IZIN PENELITIAN DI WEBSITE :

<https://izin-penelitian.sulselprov.go.id>



NOMOR REGISTRASI 20250204551419



Catatan :

- UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 ayat 1 'Informasi Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti yang sah.'
- Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan **sertifikat elektronik** yang diterbitkan **BSrE**
- Surat ini dapat dibuktikan keasliannya dengan melakukan scan pada QR Code



PBP, PBN, (mnm) 11 14 Feb 2025
- Mula 2. keblm
- Afik terkib
- Pipedmami

Makassar, 13 FEB 2025
No : W07/BI/0932A
Lamp : --



Kepada
PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk.
Kantor Cabang Sengkang

Hal : Persetujuan Penelitian

Surat Kantor Cabang Senkang No : Skq/12/0235 tgl 07 Feb 2025

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

No	Nama / STB (NIS/NIM)	Univ/Sekolah	Judul Penelitian/Ket	Penempatan	Jangka Waktu
1	Asti Syahrani / 105721119821	IP3M Unismuh Makassar	Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk, Cabang Sengkang	Kantor Cabang Sengkang	17 Feb 2025 s.d 17 Mar 2025

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

- Peserta melaksanakan Kerja Praktek/Magang/KKP di PT. BNI (Persero) Tbk. Kantor Cabang Sengkang.
 - Peserta Kerja Praktek/Magang/KKP & Penelitian tidak mendapat bantuan uang makan dan transport.
 - Unit tempat melaksanakan Kerja Praktek / Magang/ KKL & Penelitian dapat memutuskan / memberhentikan KKL/Magang, jika peserta tersebut dinilai tidak memenuhi aturan yang telah ditentukan oleh Bank BNI dan hal tersebut dilaporkan ke pihak Universitas Ybs dan tembusan kepada kami.
 - Sebelum melaksanakan Kerja Praktek / Magang/ KKL & Penelitian, peserta akan diberi bekal mengenal struktur organisasi Cabang/Sentra/Wilayah dan *product knowledge* yang dimiliki BNI dan agar dioptimalkan dalam pencapaian target bisnis / DPK Cabang.
 - Untuk melaksanakan Kerja Praktek / Magang/ KKL di BNI selaku perusahaan publik, terdapat beberapa persyaratan yang mutlak harus dipenuhi yaitu :
 - Menyerahkan asli Kartu Mahasiswa selama melakukan KKN-Profsi/Kerja Praktek dan akan diserahkan kembali apabila telah melaksanakan KKL/Magang.
 - Peserta Kerja Praktek / Magang/KKL me nandatangani surat pernyataan.
 - Setiap Peserta yang hendak melaksanakan Kerja Praktek / Magang/KKL di BNI di-WAJIB-kan membuka produk rekening BNI.
2. Kami minta agar Saudara dapat mempergunakan potensi bisnis yang ditimbulkan dari persetujuan kami untuk mahasiswa(i)/siswa(i) yang ingin melakukan KKN - Profesi dan Kerja Praktek di BNI. Potensi bisnis tersebut adalah pendekatan kepada Universitas/Sekolah untuk dapat menggunakan BNI sebagai Bank transaksi operasional keuangannya serta sebagai payroll, kredit konsumtif, dll.
3. Apabila potensi bisnis tsb tidak dapat dimaksimalkan, maka kami akan meninjau ulang pemberian izin KKN-Profsi dan Kerja Praktek karena cfm. Ketentuan mahasiswa(i)/siswa(i) yang dapat melakukan Penelitian/Pengambilan Data Ilmiah dan PKL/KKL/Magang/KKN-Profsi adalah Universitas/Sekolah yang memiliki kerjasama dengan BNI.



PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk
Regional Office 97
Jl. Jend. Sudirman No. 1
PO. Box. 1003 Makassar 90115
Tlp: (0411) 3617425, 3610593, 3621946
Fak: (0411) 3619562, 3612154
Alamat Kawal: BANGAL MANSASSAR



4. Agar seluruh 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



EDSON YUDISTHIRA
Pgs. Pemimpin



PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk.
Regional Office 07
Jl. Jend. Sudirman No. 1
PO. Box. 1003 Makassar 90215
Tlp. (0411) 3617488, 3610531, 3621596
Fak. (0411) 3619502, 3612754
Alamat Kawat BANIWIL MAKASSAR

BIOGRAFI PENULIS



Asti Syahrani Panggilan Rani lahir di Cakkewatu pada tanggal 09 Januari 2003 dari pasangan suami istri Bapak Arifin dan Ibu Hj.Nurmi. Peneliti adalah anak ke Empat (4) dari Enam (6) bersaudara. Peneliti sekarang bertempat tinggal di Jl.Mamoa 1 No 5, Mangasa, Tamalate,kota Makassar, Sulawesi Selatan.

Pendidikan yang di tempuh oleh penulis yaitu SD N 188 Turu Adae lulus pada tahun 2015, SMP Negeri 1 Ponre lulus pada tahun 2018, SMA Negeri 01 Bombana lulus pada tahun 2021, dan mulai tahun 2021 mengikuti program studi S1 di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen, Universitas muhammadiyah Makassar sampai dengan sekarang. Sampai dengan penulis skripsi ini masih terdaftar sebagai mahasiswa program S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar.