

The Effect Of Mobile Banking On Customer Satisfaction (Study On BJB Digi Majalengka Users)

Pengaruh *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Pengguna BJB Digi Majalengka)

Suci Maulia^{1*}, Prihartono Aksan Halim²

Politeknik Piksi Ganeshsa^{1,2}

smaulia@piksi.ac.id¹, prihartono@piksi.ac.id²

*Corresponding Author

ABSTRACT

The purpose of this research is to find out the effect of mobile banking on customer satisfaction at Bank BJB KC Majalengka. This research method uses a quantitative method. The population of this study are customer who use Bjb digital at Bank BJB KC Majalengka. The sample used is 100 respondent to answer the questionnaire as a data collection tool with a likert scale which contains 12 statements arranged based on the indicator for each variable, primary data resulting from the questionnaire that has been tested for validity, reliability, hypothetical test using partial test (T) and coefficient definition test (R2). The result of the research conclude that the Mobile banking variable has a significant effect on the Customer Satisfaction variable.

Keywords: *Mobile Banking, Customer Satisfaction.*

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh mobile banking terhadap kepuasan nasabah di Bank BJB KC Majalengka. Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi penelitian ini yaitu nasabah pengguna Bjb Digi di Bank Bjb KC Majalengka. Sampel yang digunakan yaitu sebanyak 100 responden untuk menjawab kuesioner sebagai alat pengumpulan data dengan skala likert yang memuat 12 pernyataan disusun berdasarkan indikator tiap variabel, data primer yang di hasilkan dari kuesioner yang telah diuji validitas, reliabilitas, uji hipotesis menggunakan uji parsial (T) dan uji koefisien determinasi (R2). Hasil penelitian di simpulkan bahwa variabel Mobile Banking berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Nasabah.

Kata Kunci: Mobile Banking, Kepuasan Nasabah.

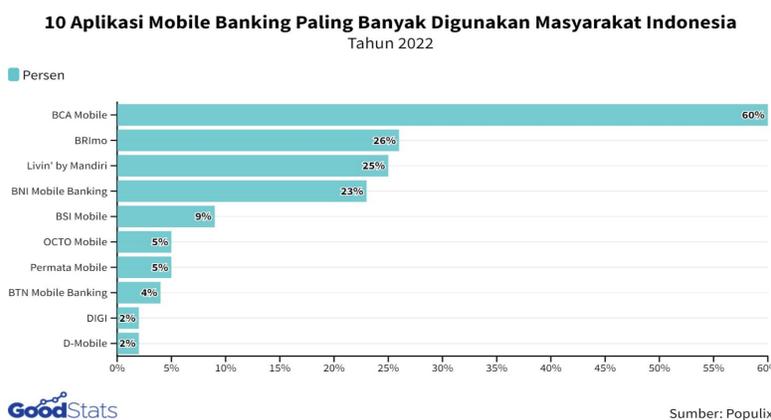
1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi tampaknya mempengaruhi kehidupan di semua sektor, tidak terkecuali dalam sektor perbankan. Perbankan berusaha memberikan kemudahan pelayanan dengan memanfaatkan teknologi informasi secara aman, nyaman dan efektif melalui perbankan elektronik. Perbankan elektronik atau *e-banking* merupakan layanan yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, berkomunikasi dan melakukan transaksi sehingga nasabah tidak perlu lagi datang ke bank dan menunggu antrian panjang.

Salah satu turunan produk dari *e-banking* yaitu mobile banking atau lebih dikenal dengan sebutan *M-banking*. Mobile banking merupakan kekuatan pendorong utama untuk penerimaan secara cepat pada perangkat seluler, dimana kemampuan yang ditawarkan dapat memberikan pelayanan yang efisien, kapan saja dan dimana saja, termasuk dalam perjalanan (V.A.R. Barao et al., 2022). Sehingga diharapkan *Mobile Banking* dapat memberikan layanan perbankan yang

memberikan kemudahan dan keamanan bagi nasabah. Mobile Banking adalah layanan fasilitas transaksi perbankan melalui jaringan internet yang dapat diakses 24 jam (Harish, 2017).

Bank Jabar Banten merupakan bank BUMD milik pemerintah provinsi Jawa Barat dan Banten yang berkantor pusat di Bandung yang telah membentuk layanan digital yang berbentuk layanan aplikasi *mobile* yaitu BJB Digi dengan berbasis sistem operasi Android dan iOS yang dapat digunakan untuk mengakses berbagai macam layanan perbankan elektronik dan digital milik bank BJB. Aplikasi BJB Digi memiliki fitur pelayanan yang di dalamnya, seperti *bjb net*, *bjb call*, dan *bjb info*. Fitur tersebut diharapkan dapat memudahkan aktivitas nasabah dari cara manual ke digital. Namun terdapat problem saat memakai aplikasi BJB Digi bagi sebagian pengguna BJB Digi sering error dan selalu meminta ganti pin yang membuat nasabah ragu akan keamanan datanya.



Gambar 1. Aplikasi Mobile Banking Yang Paling Banyak Digunakan Masyarakat Indonesia 2022

Sumber : Populix

Berdasarkan hasil survei Populix, *BCA Mobile* berhasil menempati peringkat pertama aplikasi *mobile banking* paling banyak digunakan oleh responden. Adapun persentasenya mencapai 60 persen pada tahun 2022. Sementara itu, *BRIMO* aplikasi *mobile banking* milik Bank Rakyat Indonesia (BRI) meraih posisi ke-2 dengan total pengguna sebesar 26 persen responden. Diikuti *Livin' by Mandiri* di posisi ke-3 yang berselisih tipis dengan raihan sebesar 25 persen.

Adapun posisi ke-4 diraih oleh *BNI Mobile Banking* dengan raihan sebesar 23 persen, diikuti *BSI Mobile* di posisi ke-5 dengan total pengguna sebesar 9 persen responden pada tahun 2022. Di samping itu, secara berurutan di posisi ke-6 hingga ke-10 diraih oleh *Octo Mobile* milik CIMB Niaga dan *Permata Mobile* dengan persentase sebesar 5 persen, *BTN Mobile Banking* dengan raihan 4 persen, *DIGI* dari Bank BJB, serta *D-Mobile* dari Bank Danamon dengan raihan yang sama masing-masing sebesar 2 persen.

Tabel 1. Jumlah Pengguna Bjb Mobile Di Bjb Kantor Cabang Majalengka

Tahun	Jumlah (NOA)	% Growth	Growth
2021	21,876	-	-
2022	33,819	54.59%	11,943
02 Maret 2023	35,433	4.77%	1,614

Sumber: Bank Bjb KMajalengka

Berdasarkan data yang di dapat pada tahun 2021 jumlah pengguna bjb mobile sebanyak 21,876 nasabah, kemudian pada tahun 2022 terjadi kenaikan sebesar 33,819 nasabah dan data terakhir pada 2 Maret 2023 sebanyak 35,433 nasabah.

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan dengan ini peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian mengenai “Pengaruh Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi pada pengguna BJB DIGI Majalengka)” dan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan kualitas informasi yang terdapat dalam *mobile banking*.

2. Tinjauan Pustaka

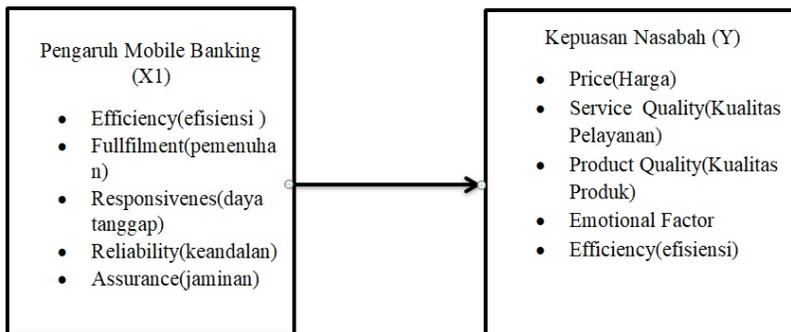
Mobile Banking

Menurut Bank Indonesia (2004), *mobile banking* merupakan salah satu pelayanan jasa Bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet. *Mobile banking* merupakan salah satu bentuk baru pengembangan *delivery channel* pelayanan bank yang telah mengubah strategi bisnis perbankan yang semula lebih banyak mengandalkan pada teknologi manusia menjadi teknologi informasi. *Mobile banking* merupakan salah satu pengembangan teknologi *mobile* yang digunakan dalam domain komersial. *Mobile banking* mengkombinasikan teknologi informasi dan aplikasi bisnis secara bersama. Dimensi *mobile banking* berdasarkan penelitian (Suparno Saputra - Riska Novriani Nurhasanah, 2021) dimensi layanan e-servqual yang terdiri dari: 1. Efficiency, kemampuan pelanggan mencari informasi yang berkaitan dengan produk serta kemudahan dalam mengakses dan meninggalkan website dengan upaya minimum, 2. Fulfillment, pemenuhan produk dan memberikan layanan yang menggunakan membagikan rasa peduli yang tulus. Dengan cara perhatian yang di berikan para pegawai dalam melayani dan menyampaikan tanggapan atas keluhan para konsumen, 3. Cepat tanggap (Responsiveness), yaitu kemauan asal karyawan dan pengusaha untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa menggunakan cepat serta mendengarkan dan mengatasi keluhan konsumen, 4. Keandalan (reliability), yaitu kemampuan untuk memberikan jasa sinkron menggunakan yang di janjikan, terpercaya dan seksama, serta konsisten, 5. Kepastian (assurance), yaitu berupa kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan serta kepercayaan terhadap janji yang telah di kemukakan kepada konsumen.

Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) sesuai dengan yang diharapkan atau bahkan melebihi harapan nasabah (Harahap, 2020). Nasabah merupakan tujuan utama produk dan layanan marketing, karena sebuah produk atau jasa itu bisa dinyatakan memenuhi syarat atau tidak tergantung pada kepuasan nasabah atas jasa atau produk tersebut (Nabut & Sinabutar, 2021). Pelanggan merasa puas apabila harapannya terpenuhi atau akan sangat puas apabila harapan pelanggan terlampaui. Kepuasan nasabah menjadi sangat menilai bagi Bank atau Perusahaan, sehingga tidak heran selalu ada slogan bahwa pelanggan adalah raja yang perlu di layani sebaik baiknya (Mundir & Lilik Nur Hayati, 2021). Menurut (Harahap, 2020) ada 5 dimensi utama kepuasan nasabah, yaitu : 1. Price (Harga) untuk pelanggan yang sensitif, biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan value for money yang tinggi, 2. Service quality (Kualitas Pelayanan) service quality sangat tergantung dari tiga hal yaitu sistem, teknologi, dan manusi, 3. Product quality (Kualitas Produk) pelanggan merasa puas setelah membeli dan menggunakan produk tersebut apabila kualitas produk yang baik, 4. Emotional factor ditujukan oleh konsumen atas kepuasan yang di peroleh mereka dalam menggunakan suatu produk/jasa yang menimbulkan rasa bangga dan rasa percaya diri, 5. Efficiency (kemudahan) kemudahan dalam memperoleh produk atau jasa tersebut dan kemudahan dalam pembayaran

dapat membuat pelanggan akan semakin puas bila relatif mudah,nyaman, dan efisien dalam mendapatkan suatu produk atau layanan.



Gambar 2. Kerangka Pemikiran

Tabel 2. Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Mobile Banking (X1)	<i>Efficiency</i>	1.Kemudahan mengakses website 2.Kecepatan mengakses website	Likert
	<i>Fullfilment</i>	1.Menanggapi keluhan nasabah dengan baik	Likert
	<i>Responsivenes</i>	1.Adanya konfirmasi transaksi 2.Keluhan ditanggapi cepat	Likert
	<i>Reliability</i>	1.Dapat digunakan 24 jam 2.Transaksi tepat waktu	Likert
	<i>Assurance</i>	Aman dan privasi terjaga kerahasiaannya	Likert
Kepuasan Nasabah (Y)	<i>Price</i>	Biaya transaksi murah	Likert
	<i>Service Quality</i>	Kualitas layanan sistem bagus	Likert
	<i>Product Quality</i>	Aplikasi mudah digunakan	Likert
	<i>Emotional Factor</i>	Rasa nyaman menggunakan aplikasi	Likert
	<i>Efficiency</i>	Kemudahan dalam bertransaksi	Likert

Hipotesis Penelitian:

H₀ : Mobile Banking tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah

H_a : Mobile banking berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Menurut (Sugiyono,2015) penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positipisme, digunakan untuk meneliti pada populasi sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan

instrumen penelitian analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya sehingga hasilnya dapat mengetahui apa yang telah diduga. Perolehan data primer berasal dari hasil pengukuran skala likert.

Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini merupakan nasabah dari pengguna BJB mobile Kota Majalengka. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2018:138) *purposive sampling* adalah pengambilan sampel dengan menggunakan beberapa pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria yang diinginkan untuk dapat menentukan jumlah sampel yang akan diteliti.

Teknik Analisis Data

Teknik Analisis Data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji parsial (T), dan koefisien determinasi (R²). Dalam penelitian yang merupakan variabel independen yaitu Mobile Banking (X) Terhadap variabel dependen Kepuasan Nasabah (Y).

4. Hasil Dan Pembahasan

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas merupakan suatu pengujian yang digunakan untuk mengukur tepat tidaknya suatu kuesioner, apakah sesuai peruntukannya dan memaparkan bahwa instrumen yang digunakan untuk pengukuran kuesioner sudah valid (Guntari & Halim, 2021). Dikatakan valid apabila nilai r hitung $>$ r tabel untuk n 100 nilai r tabel yaitu (0,195) .

Tabel 3. Uji Validitas Variabel Mobile Banking (X)

Variable	Item	r Hitung	r Tabel	Ket
Mobile Banking (X)	1	0,703	0,195	Valid
	2	0,656	0,195	Valid
	3	0,652	0,195	Valid
	4	0,696	0,195	Valid
	5	0,751	0,195	Valid
	6	0,630	0,195	Valid
	7	0,753	0,195	Valid

Sumber : Data diolah penulis menggunakan SPSS V.25

Dari hasil uji diatas bahwasanya r hitung $>$ r tabel, maka secara keseluruhan pernyataan yang di pakai pada pengukuran variabel X1 dinyatakan valid.

Tabel 4. Uji Validitas Variabel Kepuasan Nasabah (Y)

Variabel	Item	r Hitung	r Tabel	Ket
Kepuasan Nasabah (Y)	1	0,742	0,195	Valid
	2	0,774	0,195	Valid
	3	0,834	0,195	Valid
	4	0,750	0,195	Valid
	5	0,753	0,195	Valid

Sumber : Data diolah penulis menggunakan SPSS V.25

Dari uji diatas bahwasanya r hitung $>$ r tabel, maka secara keseluruhan pernyataan yang dipakai pada pengukuran variabel Y dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk memastikan suatu pernyataan konsisten. Dikatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha > 0,700.

Tabel 5. Uji Reliabilitas

Item	Variabel	Cronbach's Alpha	Syarat Reliabel	Ket
1.	Mobile Banking (X)	0,893	0,700	Reliabel
2.	Kepuasan Nasabah (Y)	0,909	0,700	Reliabel

Sumber : Diolah oleh penulis menggunakan SPSS V.25

Dari hasil uji reliabilitas dapat dilihat 2 nilai Cronbach's Alpha yaitu 0,893 dan 0,909 maka di ketahui ke 2 instrumen tersebut reliabilitas.

Uji Hipotesis Data

Tabel 6. Uji Parsial (T)

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	6.001	1.002		5.991	.000
	Mobile Banking	.414	.043	.695	9.572	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber : data yang diolah oleh penulis menggunakan SPSS V.25

Dari tabel diatas didapatkan nilai sig 0,000 < 0,05 dan nilai t hitung 9.572 > 1,980 artinya terdapat pengaruh Mobile Banking (X) terhadap Kepuasan Nasabah (Y).

Koefesien Determinasi

Digunakan untuk mengetahui berapa % pengaruh yang di berikan variabel X secara stimultan terhadap variabel Y.

Tabel 7/ Koefisien Dertiminasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.695 ^a	.483	.478	1.19536

a. Predictors: (Constant), Mobile Banking

Sumber : Data yang diolah penulis menggunakan SPSS V.25

Berdasarkan Output diatas nilai r Square sebesar 0,478 yang berarti variabel berpengaruh variabel X secara stimultan terhadap variabel Y sebesar 47,8%

5. Penutup

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dalam uji parsial (T) menunjukkan bahwa Mobile Banking berpengaruh secara positif/signfikan terhadap Kepuasan Nasabah.Hal tersebut dapat dilihat dari nilai sig < 0,05 dan nilai terhitung > t tabel yaitu (9.572>1,980). Hal ini menunjukkan bahwa variabel Mobile Banking berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan nasabah.

Berdasarkan hasil uji determinasi (R2) menunjukkan bahwa Mobile Banking berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal tersebut dapat diartikan bahwa besarnya

pengaruh Mobile Banking terhadap kepuasan nasabah bisa dilihat pada nilai r Square sebesar 0,478 atau 47,8%.

Daftar Pustaka

- Guntari, D. D., & Halim, P. A. (2021). Pengaruh Kualitas dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal E-Bis*, 5(2), 295–307. <https://jurnal.politeknik-kebumen.ac.id/index.php/E-Bis>
- Harahap, Z. (2020). Pengaruh Pelayanan M-Banking Terhadap Kepuasan. *Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Perbankan Syariah*, 6(1), 15.
- Harish, I. N. (2017). Pengaruh Kepercayaan Nasabah dan Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus pada Bank Syariah Mandiri Depok). *UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*, 2(2), 30.
- Mundir, A., & Lilik Nur Hayati. (2021). Pengaruh Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah di BRI Syari'ah KCP Malang Pandaan Kabupaten Pasuruan. *Malia (Terakreditasi)*, 12(2), 243–256. <https://doi.org/10.35891/ml.v12i2.2668>
- Nabut, B. P., & Sinabutar, R. (2021). JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen , Ekonomi , dan Akuntansi). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(3), 494–512.
- Suparno Saputra - Riska Novriani Nurhasanah. (2021). *Peran Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap*. 11(September), 1–13.
- V.A.R.Barao, R.C.Coata, J.A.Shibli, M.Bertolini, & J.G.S.Souza. (2022).