

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DALAM PENGGUNAAN
MOBILE BANKING TERHADAP KEPUASAN NASABAH
BANK BNI 46 KANTOR CABANG BANDA ACEH**

Yahya¹, Zenitha Maulida², T. Furqansyah³, Yusni Hervy Yusuf⁴, Syarifah Mauli Masyitah⁵

^{1,2,3,4,5} Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sabang

*corresponding author:
zenitha.maulida@stiesabang.ac.id

Abstract

The purpose of this study was to determine the effect of Service Quality in the Use of Mobile Banking on Customer Satisfaction of Bank BNI 46 Banda Aceh Branch Offices. The number of samples in this study were 267 respondents. Research data was collected through questionnaires and literature studies. The analysis used in this study is simple linear regression analysis, and hypothesis testing is carried out using the t test which aims to partially determine the effect of the independent variable on the dependent variable at the 95% confidence level ($\alpha = 0.05$). The results of the research based on the partial test (t test) the variable Service Quality has a significant effect on Customer Satisfaction at the BNI 46 Banda Aceh Branch Office as indicated by $t_{count} (0,0673) > t_{table} (0,119)$.

Keywords: Service Quality, Mobile Banking and Customer Satisfaction.

Abstrak

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Kualitas Layanan dalam Penggunaan *Mobile Banking* terhadap Kepuasan Nasabah Bank BNI 46 Kantor Cabang Banda Aceh. Jumlah sampel penelitian ini sebanyak 267 responden. Data penelitian di kumpulkan melalui kuisioner, dan studi literatur. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier sederhana, dan pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji t yang bertujuan untuk mengetahui secara parsial pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen pada tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$). Hasil penelitian berdasarkan uji parsial (Uji t) variabel Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah pada Kantor Cabang BNI 46 Banda Aceh yang ditunjukkan dengan $t_{hitung} (0,0673) > t_{tabel} (0,119)$.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, *Mobile Banking* dan Kepuasan Nasabah

PENDAHULUAN

Bank adalah lembaga kepercayaan publik dan memiliki peran sebagai perantara antara pihak yang mengalami *surplus of fund* untuk diproduksi pada sektor-sektor yang mengalami *lack of funds* (Wijayanto, 2015:38). Hal ini dijelaskan lebih lanjut oleh Lumempow, Mandey dan Rotinsulu (2015:1276) perbankan merupakan bagian penting dari sistem keuangan guna kelancaran perekonomian suatu negara. Hal yang senada yang dijelaskan oleh Trisusanti (2017:2) yaitu semakin berkembangnya industri perbankan maka semakin baik pula pertumbuhan ekonomi negara itu sendiri. Salah satu pertumbuhan ekonomi dalam industri perbankan telah dilakukan di Indonesia dengan cara penggunaan internet yang semakin pesat. Saat ini di Indonesia sendiri telah dilanda oleh pengguna internet yang semakin banyak, tidak dapat dipungkiri hal ini juga mendorong dunia bisnis untuk lebih maju dan berkembang (Rahayu, 2015:138). Perkembangan internet dan teknologi

yang semakin pesat dari tahun ke tahun mendukung keberhasilan setiap perusahaan dalam mencapai persaingan bisnis, salah satu yang mengikuti perkembangan teknologi ini telah dilakukan oleh perbankan dengan tujuan organisasinya berjalan dengan lebih baik (Kurniawati, Winarno & Arif, 2017:24).

Menurut Wardhana (2015:273) industri perbankan menyediakan fasilitas *mobile banking* yang bertujuan untuk mencapai kepuasan nasabah. Hal ini dijelaskan lebih lanjut oleh Daliyanik (2013:94) *mobile banking* dalam lembaga perbankan memudahkan segala bentuk transaksi perbankan dan juga merupakan sebagai salah satu cara untuk menarik keinginan para nasabah untuk menggunakan produk tabungan yang dilengkapi dengan layanan *mobile banking*. Salah satu bank komersial di Indonesia yang menggunakan sistem e-banking dalam layanan jasa perbankan adalah bank BNI. Nasabah BNI Taplus dan BNI Giro Perorangan mengalami kenyamanan dengan berbagai kemudahan dalam bertransaksi selama 24 jam yang bisa digunakan kapan saja dan dimana saja. Adapun layanan yang disediakan BNI e-Banking adalah BNI ATM, BNI *Phone Banking*, BNI *SMS Banking*, BNI *Internet Banking*, BNI *Internet Banking* versi *mobile*, BNI debit Online dan BNI *SMS Tunai* (Rusdianti, Purwantini & Wardoyo, 2016:227).

Berdasarkan survei yang dilakukan, jumlah pengguna *mobile banking* di Indonesia mencapai 19,9 juta nasabah dari delapan bank besar di Indonesia, seperti bank BNI, bank Mandiri, bank CIMB Niaga, bank Danamon, bank Permata dan bank Panin (SharingvisionTM, 2014; Otoritas Jasa Keuangan, 2015 dalam Wardhana, 2015:273). Penjelasan lebih lanjut dipaparkan oleh Infobanknews (2017:1) mengatakan bahwa Otoritas Jasa Keuangan mencatat jumlah pengguna *e-banking* meliputi (*sms banking*, *phone banking*, *mobile banking*, dan *internet banking*) mengalami peningkatan yang dimulai dari tahun 2012 sebanyak 13,6 juta orang dan adanya peningkatan pada tahun 2016 sebanyak 50,4 juta orang dan pada akhirnya ditahun 2017 terjadinya peningkatan sebesar 270%. Peningkatan dalam penggunaan *mobile banking* juga dialami di Bank BNI Cabang Banda Aceh, yang diperoleh data pada tahun 2015, 2016 dan 2017. Data tersebut menunjukkan pada tahun 2015 pengguna *mobile banking* mencapai 13.241 orang, pada tahun 2016 mengalami peningkatan sebesar 14.358 orang serta pada tahun 2017 mencapai 15.671 orang, dapat disimpulkan bahwa pengguna *mobile banking* BNI di Banda Aceh setiap tahunnya mengalami peningkatan (BNI Cab.Banda Aceh, 2018).

Menurut Yang (2009:137) *mobile banking* ialah kecepatan transaksi dan pengurangan khusus dalam biaya layanan, termasuk : kecepatan transaksi, biaya transaksi yang menguntungkan dan layanan perbankan yang praktis. Lebih lanjut Rahayu (2015:138) menjelaskan fasilitas yang ditawarkan *mobile banking* antara lain cek saldo, mutasi 10 transaksi terakhir, transfer (sesama bank atau bank lain), pembayaran tagihan, menu favorit dan lain-lain, akan tetapi hanya saja tidak dapat mengeluarkan uang secara cash. Layanan *mobile banking* merupakan jenis layanan yang fleksibel, karena dapat digunakan untuk membantu nasabah melakukan transaksi dimana saja dan kapan saja (Kurniawan, Samuel & Japariato, 2013:1). Akan tetapi, belum banyak nasabah yang menggunakan *mobile banking* dalam melakukan transaksi keuangannya, hal ini disebabkan karena kurangnya pengetahuan akan kemudahan dan manfaat dari layanan *mobile banking* serta masih banyaknya nasabah yang lebih menyukai untuk bertansaksi langsung secara manual dengan mengunjungi bank untuk mengantri (Kurniawati, Winarno & Arif, 2017:25).

Menurut Rahayu (2015:138) kenyataannya banyak nasabah yang menggunakan *mobile banking* namun tidak pernah memanfaatkannya, hal ini dikarenakan pengoperasian sistem yang kadang terkesan rumit dan tidak semua orang paham cara menggunakannya, adapun faktor lain adalah tingkat kemampuan nasabah dalam menggunakan *mobile phone*. Meskipun demikian menurut Rahardja, Presstiliano dan Astuti (2008:165) menjelaskan bahwa *mobile banking* sangat dibutuhkan dan digunakan oleh beberapa orang yang begitu ketatnya jadwal dan sibuk, oleh sebab itu adanya sebagian individu tidak dapat mengantri untuk bertransaksi secara lansung di bank.

Faktor pelayanan merupakan hal yang sangat penting bagi perbankan, hal ini dikarenakan perbankan merupakan bisnis layanan (Rosita, 2015:51). Menurut Febriana (2016:149) banyaknya instansi yang telah berdiri membuat persaingan semakin ketat, namun sangatlah penting dengan adanya pelayanan yang bermutu. Persaingan setiap instansi pada pelayanan terhadap nasabah merupakan suatu pekerjaan yang semakin sulit dimana dahulunya hanya memberikan pelayanan dengan seadanya kini dituntut mampu memberikan pelayanan dengan sangat terbaik kepada setiap nasabah, sehingga kualitas pelayanan menjadi komponen utama hal ini dikarenakan persaingan akan sangat dipengaruhi oleh kemampuan bank dalam memberikan pelayanan terbaik yang bermutu dibandingkan pesaingnya. Hal ini senada dengan yang dikemukakan oleh Naik *et all* (2010:202) yang menjelaskan bahwa melalui peningkatan kualitas pelayanan, maka penyedia produk dapat meningkatkan kepuasan nasabah. Hasil penelitian Wardhana (2015:277) menegaskan bahwa kualitas pelayanan merupakan kekuatan utama untuk mencapai kepuasan bagi setiap nasabah.

Menurut Siddiqi (2011:13) kualitas pelayanan adalah penilaian kognitif yang dimana adanya sikap global yang berkaitan dengan layanan, sehingga terjadinya interaksi antara pelanggan dan karyawan. Kualitas pelayanan memiliki dua faktor utama yang mempengaruhi *expected service* dan *perceived service*, yang dimana pelayanan yang diterima dan diberikan sesuai dengan harapan setiap nasabah (Jayanti, Utomo & Murwani, 2013:61). Pelayanan yang bertujuan untuk memperoleh harapan dan kepuasan setiap nasabah merupakan suatu hal yang tidak mudah dilakukan, sering ditemukan permasalahan dalam pengelolaan pelayanan sebuah perusahaan dan ketidak berhasilan memuaskan sebagian besar nasabahnya (Hermanto, 2013:79).

Kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah merupakan elemen yang terpenting yang harus dipertanggung jawabkan demi meningkatkan tujuan perusahaan (Sulistyawati & Seminari, 2015:2319). Hal ini juga mempengaruhi pada kepuasan nasabah terhadap penyedia layanan *mobile banking*, maka dari itu dengan adanya layanan *mobile banking* diharapkan setiap nasabah akan memperoleh kepuasan dalam menggunakan setiap produk dan jasa yang akan diberikan oleh pihak bank. Kepuasan nasabah ditentukan oleh kualitas produk dan layanan yang dikehendaki oleh nasabah, sehingga jaminan pada kualitas menjadi prioritas utama bagi bank. Oleh karena itu peran bank memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan bagi para nasabah (Wijayanto, 2015:38).

Pelayanan yang diterima oleh nasabah dapat dijadikan standar dalam menilai kinerja suatu bank yang berarti kepuasan nasabah adalah suatu hal yang sangat penting dalam hal mempertahankan nasabah dan untuk mendapatkan calon nasabah. Kepuasan nasabah dapat tercapai hanya dengan cara memberikan pelayanan yang berkualitas kepada nasabah. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Zakiy dan Azzahroh (2017:35) menunjukkan bahwa kepuasan nasabah mampu memediasi secara penuh pengaruh kualitas layanan pada bank.

Siddiqi (2011:16) menjelaskan kepuasan nasabah adalah munculnya proses pada pembelian dan konsumsi yang tinggi seperti perubahan sikap, pembelian yang berulang dan loyalitas merek. Nasabah yang puas akan membeli produk yang ditawarkan oleh pihak bank dengan begitu nasabah akan mempengaruhi nasabah lainnya untuk membeli produk dan jasa dari sebuah bank tersebut (Pollack, 2014:196). Sejalan dengan penelitian Bunker *et al.* (2013:27) yang membuktikan bahwa nasabah yang puas akan menyarankan atau berkata positif mengenai bank tersebut dengan orang lain yang berada di sekitarnya/ *word of mouth* (WOM). Kepuasan nasabah dapat tercapai apabila terdapat beberapa faktor yang meliputi tersedianya sarana dan prasarana yang baik, mampu melayani secara cepat dan tepat, mampu memberikan kepercayaan kepada nasabah serta dapat menjaga kerahasiaan nasabah (Hermanto, 2013:79).

Bank harus memantau secara berkesinambungan terhadap kepuasan nasabah sehingga adanya kesan yang memuaskan pada kondisi pasar pembeli, nasabah dapat memilih tawaran produk atau jasa dari bank, oleh sebab itu dibutuhkan kualitas pelayanan yang baik agar nasabah tidak berpindah ke bank lainnya (Koestanto & yuniati, 2014:2). Hal ini dipertegas oleh Panjaitan

(2016:266) mengatakan bahwa kualitas pelayanan perlu menjadi pusat perhatian terbesar pada setiap perusahaan, hal ini dikarenakan kualitas pelayanan mempunyai hubungan langsung dengan keuntungan dan persaingan perusahaan. Pelayanan yang diterima nasabah dapat dijadikan standar dalam menilai kinerja karyawan pada suatu bank yang berarti bahwa kepuasan nasabah adalah hal yang paling utama. Pelayanan yang diberikan oleh bank saat ini yaitu memudahkan setiap nasabah dengan cara menyediakan aplikasi *mobile banking*. Dengan adanya *mobile banking* nasabah dimudahkan untuk melakukan transaksi, tidak perlu mendatangi bank secara langsung ataupun mengantri di ATM untuk melakukan transaksi.

Masalah Penelitian

Apakah terdapat pengaruh kualitas layanan dalam penggunaan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah Bank BNI 46 Kantor Cabang Banda Aceh.

Hipotesis

Adapun hipotesis dapat dijabarkan sebagai berikut:

H_0 : Tidak terdapat pengaruh variabel kualitas layanan dalam penggunaan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah Bank BNI 46 Kantor Cabang Banda Aceh.

H_a : Terdapat pengaruh variabel kualitas layanan dalam penggunaan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah Bank BNI 46 Kantor Cabang Banda Aceh.

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi adalah subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti (Sugiyono, 2013:80). Menurut Idrus (2009:93) populasi dilakukan dengan pengambilan subjek yang hendak dikenai generalisasi hasil penelitian. Populasi pada penelitian ini yaitu seluruh nasabah Bank BNI 46 Kantor Cabang Banda Aceh yang menggunakan *mobile banking* yaitu berjumlah 15.671 orang. Setelah populasi penelitian ditentukan, selanjutnya peneliti akan menentukan jumlah sampel yang dibutuhkan.

Sampel adalah sebagian dari populasi yang hendak dimintai informasi atau digali datanya (Idrus, 2009:93). Sampel dalam penelitian ini menggunakan tabel *Isaac* dan *Michael* pada taraf kesalahan 10%. Sehingga sampel untuk penelitian berjumlah 267 orang nasabah Bank BNI yang menggunakan *mobile banking* (Sugiyono, 2010:87).

Metode Penarikan Sampel

Pengambilan sampel tersebut diperlukan metode atau cara pengambilan yang tepat agar mendapatkan sampel yang dapat menggambarkan populasi secara maksimal. Penentuan sampel populasi penelitian tidak mudah, untuk itu peneliti dapat menggunakan teknik-teknik sampel tertentu. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *Convenience Sampling*. *Convenience Sampling* digunakan untuk pengambilan sampel yang didasarkan adanya ketersediaan elemen dan kemudahan untuk mendapatkannya.

Metode Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data-data, peneliti melakukan serangkaian kegiatan pengumpulan data melalui 2 (dua) cara yaitu :

1.Data Primer

Data primer yaitu data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data dengan permasalahan yang diteliti (Sugiyono, 2013: 225). Jenis data ini diperoleh secara langsung dari

responden, yaitu responden yang terpilih dengan menggunakan kuisioner yang berjumlah 267 responden.

2.Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya dapat diperoleh melalui literatur-literatur, jurnal-jurnal penelitian, majalah maupun data dokumen yang terkait dengan penelitian ini (Sugiyono, 2013:225).

Metode Analisis Data

Menurut Priyatno (2011:233) peralatan analisis yang dapat digunakan adalah metode regresi linier sederhana. Secara matematis bentuk formulasi regresi linier sederhana adalah dengan persamaan sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta X$$

Dimana :

- Y = Kepuasan Nasabah
- X = Kualitas layanan dalam penggunaan *mobile banking*
- α = Nilai Konstanta
- β = Koefisien regresi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Pengaruh Pengaruh Kualitas Layanan dalam Penggunaan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BNI 46 Kantor Cabang Banda Aceh

Kepuasan nasabah dalam penggunaan Mobile Banking pada Bank BNI 46 Cabang banda Aceh terjadi perubahan setiap saat akibat berubahnya variabel Kualitas Layanan. Dengan demikian variabel kepuasan nasabah (Y) dalam model ini disebut sebagai variabel terikat yang akan di pengaruhi oleh variabel Kualitas Layanan (X_1). Pengaruh variabel bebas dan terikat dalam model analisis ini dapat dibuktikan melalui formula regresi sederhana. Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh antara satu variabel independen dengan satu variabel dependen yang ditampilkan dalam bentuk persamaan regresi. Variabel independen dilambangkan dengan kualitas layanan sedangkan variabel dependen dilambangkan dengan kepuasan nasabah. Formulasi ini juga bertujuan untuk memprediksi sejauhmana tingkat kenaikan skala likert dari variabel bebas terhadap kenaikan skala variabel terikat pada tingkat kesalahan tertentu (signifikan) atau dimana pengaruh antar variabel tersebut benar-benar nyata (signifikan). Berikut tabel hasil pengolahan data uji Regresi Linier Sederhana :

Tabel 1
Hasil Pengujian Regresi

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	3,203	0,286		11,201	0.000
	Kualitas layanan	0,198	0,075	0.041	0,673	0,013
a. Dependent Variable: KepuasanNasabah						

Sumber : Data Primer (diolah), 2019

Dari output di atas dapat diketahui nilai korelasi ganda, koefisien determinasi, t hitung, signifikansi, koefisien regresi dan sebagainya. Berdasarkan hasil perhitungan dengan bantuan *software* SPSS, maka dapat disimpulkan bentuk persamaan regresinya:

$$Y = 3,203 + 0,198X$$

Dari persamaan regresi diatas dapat dijabarkan hasil penelitian sebagai berikut :

1. Nilai konstanta sebesar 3,203 dapat diartikan bahwa jika variabel Kualitas Layanan (X) dianggap tetap atau tidak mengalami perubahan, maka kepuasan nasabah dalam menggunakan *mobile banking* Bank BNI 46 Kantor Cabang Banda Aceh adalah sebesar 3,203. Bila tidak ada kualitas layanan maka para nasabah kurang setuju artinya nasabah kurang puas.
2. Koefisien regresi variabel Kualitas Layanan (X) adalah sebesar 0,198, dapat diartikan bahwa setiap terjadi peningkatan satu satuan pada kualitas layanan, maka akan meningkatkan kepuasan nasabah dalam menggunakan *mobile banking* Bank BNI 46 Kantor Cabang Banda Aceh sebesar 0,213 satuan skala likert atau sebesar 19,8%. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa semakin baik kualitas layanan yang ditawarkan, maka akan semakin baik pula kepuasan nasabah dalam menggunakan *mobile banking* Bank BNI 46 Kantor Cabang Banda Aceh.

Koefisien Korelasi dan Determinasi

Dari output SPSS regresi linier berganda juga di dapat koefisien korelasi dan determinasi yang menjelaskan hubungan antara variabel penelitian. Jika korelasi (r) positif kuat apabila hasil korelasi mendekati 1 atau sama dengan 1. Korelasi negatif kuat apabila hasil korelasi mendekati -1 atau sama dengan -1 dan tidak ada korelasi apabila hasil korelasi mendekati 0 atau sama dengan 0. Sementara korelasi determinasi (r^2) menjelaskan sejauh mana kontribusi hubungan satu variabel dengan variabel lainnya. Hasil koefisien Korelasi dan determinasi dapat dijelaskan pada Tabel dibawah ini :

Tabel 2
Hasil Analisis Korelasi dan Determinasi

R	RSquare	Adjusted R ²	Std. Error of the estimate
0,416	0,173	0,148	0,194

Sumber: Data Primer (diolah), 2019

1. Koefisien korelasi (r)= 0,416 menjelaskan bahwa derajat hubungan (korelasi) antara variabel bebas dengan variabel terikat adalah sebesar 41,6%, artinya hubungan antara kepuasan nasabah dengan *Kualitas Layanan* dalam menggunakan *mobile banking* pada Bank BNI 46 Kantor Cabang Banda Aceh kategori sedang (cukup erat) dengan nilai koefisien < 0,50.
2. Koefisien determinasi (adjusted r^2) sebesar 0,148, artinya sebesar 14,8% perubahan-perubahan yang terjadi dalam kepuasan nasabah Bank BNI 46 Kantor Cabang Banda Aceh disebabkan oleh perubahan-perubahan dalam faktor Kualitas Layanan.. Sedangkan selebihnya yaitu sebesar 85,2% disebabkan oleh faktor-faktor lain diluar model penelitian ini. Dengan demikian ada berbagai bentuk variabel lainnya yang ikut berperan mempengaruhi kepuasan nasabah dalam menggunakan *mobile banking* pada Bank BNI 46 Kantor Cabang Banda Aceh.

Pengujian Hipotesis

Setelah uji regresi sederhana, maka dilanjutkan dengan uji hipotesis sebagai berikut :

Uji Parsial (Uji t)

Uji ini dilakukan untuk melihat signifikan dari pengaruh variabel independen secara individu terhadap variabel dependen (secara parsial). Dengan menganggap variabel lainnya konstan. Bila $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan signifikansi 5% maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dengan tingkat

signifikansi 5% maka dapat disimpulkan variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Pembuktian hipotesis secara parsial dapat dijelaskan sebagai berikut :

Tabel 3
Hasil Uji Parsial

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	3,203	0,286		11,201	0.000
	Kualitas layanan	0,198	0,075	0.041	0,673	0,013
a. Dependent Variable: KepuasanNasabah						

Sumber : Data Primer (diolah), 2019

Berdasarkan hasil uji t diperoleh nilai t hitung yaitu 0,673 kemudian dibandingkan dengan t tabel pada tingkat kesalahan 5% dan $df=n-k$; $267-2 = 265$, sehingga diperoleh t tabel 0,119 dengan demikian H_0 ditolak karena t hitung $>$ t tabel ($0,673 > 0,119$). Dengan demikian hasil perhitungan tersebut menunjukkan bahwa secara parsial Kualitas Layanan (X) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan *mobile banking* Bank BNI 46 Kantor Cabang Banda Aceh.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan yaitu sebagai berikut :

1. Kualitas Layanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Nasabah dalam penggunaan *mobile banking* Bank BNI 46 Kantor Cabang Banda Aceh yang dibuktikan dengan uji secara parsial yaitu $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($0,673 > 0,119$).
2. Nilai koefisien determinasi diperoleh ($adjusted\ r^2$) sebesar 0,148, artinya sebesar 14,8% perubahan-perubahan yang terjadi dalam kepuasan nasabah Bank BNI 46 Kantor Cabang Banda Aceh disebabkan oleh perubahan-perubahan dalam faktor Kualitas Layanan.. Sedangkan selebihnya yaitu sebesar 85,2% disebabkan oleh faktor-faktor lain diluar model penelitian ini. Dengan demikian ada berbagai bentuk variabel lainnya yang ikut berperan mempengaruhi kepuasan nasabah dalam menggunakan *mobile banking* pada Bank BNI 46 Kantor Cabang Banda Aceh.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka terdapat beberapa saran sebagai berikut :

1. Bank BNI 46 Kantor Cabang Banda Aceh, hendaknya tetap mempertahankan kualitas layanan yang dirasakan oleh nasabah saat ini, untuk dapat mempertahankannya bisa memberikan pengarahan kepada karyawan dengan cara adanya pelatihan bersikap ramah dan sopan dalam melayani nasabah.
2. Pihak bank meningkatkan kualitas *mobile banking* agar kepuasan nasabah dalam penggunaan *mobile banking* selalu maksimal sehingga nasabah akan terus loyal dalam penggunaan *mobile banking* pada Bank BNI 44 Kantor Cabang Banda Aceh.
3. Adanya kotak saran dan kritikan dari nasabah dan menjalankan setiap hari, sehingga pihak bank juga mengetahui kekurangan apa saja yang perlu diperbaiki dan adanya masukan dari nasabah baik berupa kritikan maupun saran yang bermanfaat bagi kepuasan nasabah pada Bank BNI 46 Kantor Cabang Banda Aceh.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggabratana, D, M, W., & Rahanata, G, B. (2015). *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT BPR Balidana Niaga Denpasar*. *E-jurnal manajemen Unud*. 4(5). 1196-1205
- Arthana, Y., & Rukhviyanti. (2015). *Pengaruh minat individu terhadap penggunaan mobile banking: Model kombinasi technology acceptance model (TAM) dan theory of planned behaviour (TPB)*. *Jurnal informasi*. 7(1). 25-44
- Azwar, S. (2012). *Reliabilitas dan validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2013). *Penyusunan skala psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bunker, M. P., Rajendran, K. N., & Corbon, S. B. (2013). *The antecedents of satisfaction for facebook "likers" and their effect on word of-mouth*. *The marketing management journal*. 23(2). 21-34
- Cahyani, P. D. (2016). *Tingkat Kepuasan Nasabah terhadap Kualitas Layanan Perbankan Syariah di Yogyakarta*. *Jurnal bisnis dan manajemen*. 6(2). 151-162
- Daliyanik, P. (2013). *Hubungan e-banking dalam meningkatkan citra produk tabungan iB plus dan kartu BNI Syariah*. *Jurnal Etikonomi*. 12(2). 93-110
- Emmywati. (2016). *Pengaruh kualitas layanan yang terdiri dari kenyamanan, keamanan, kemudahan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada galeri seni dan pusat meditation Ponorogo Jawa Timur*. *Jurnal penelitian ilmu manajemen*. 1(3). 184-191
- Febrianta, A., & Indrawati. (2016). *Pengaruh kualitas layanan mobile banking terhadap kepuasan nasabah bank BCA di kota Bandung*. *E-proceeding of management*. 3(3). 1-7
- Febriana, N. I. (2016). *Analisis kualitas pelayanan bank terhadap kepuasan nasabah pada bank muamalat Indonesia kantor cabang pembantu Tulungagung*. *An-Nisbah*. 3(1). 145-168
- Fikri, S., Wiyani, W., & Suwandar, A. (2016). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Mahasiswa*. *Jurnal bisnis dan manajemen*. 3(1). 120-134
- Hermanto. (2013). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Sdm Bank Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah: Studi Pada Bprs Berkah Ramadhan*. *Jurnal etikonomi*. 12(1). 77-92
- Hidayat, R. (2009). *Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri*. *Jurnal manajemen dan kewirausahaan*. 11(1). 59-72
- Idrus, M. (2009). *Metode Penelitian Ilmu Sosial Pendekatan Kualitatif Dan Kuantitatif* (Ed.2). Jakarta: Erlangga.
- InfobankNews. (2017). *OJK : Empat tahun pengguna e-banking meningkat 270%. Diunduh melalui : <http://infobanknews.com/empat-tahun-pengguna-e-banking-meningkat-270/>*
- Ismail, R. (2014). *Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Dan Kepuasan Nasabah Sebagai Prediktor Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah*. *Jurnal organisasi dan manajemen*. 10(2). 179-196
- Jayanti, W., Utomo, S. W., & Murwani, J. (2013). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Di Kabupaten Ngawi*. 2(1). 60-70
- Jawas, F. K. E., & Abdullah. (2015). *Pengaruh Kualitas Layanan BNI internet banking terhadap kepuasan nasabah (studi pada nasabah pengguna bni internet banking di kota bandung) tahun 2015*. *E-proceeding of management*. 2(2). 1095-1102
- Khoirista, A., Yulianto, E., & Mawardi, K. (2015). *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan (Survey pada pelanggan Fedex Express Surabaya)*. *Jurnal administrasi bisnis*. 25(2). 1-7
- Koestanto, T. H., & Yuniati, T. (2014). *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada bank Jatim Cabang Klampis Surabaya*. *Jurnal ilmu & riset manajemen*. 3(10). 1-18

- Kurniawati, H. A., Winarno, W. A., & Arif, A. (2017). *Analisis minat penggunaan mobile banking dengan pendekatan technology acceptance model (TAM) yang telah dimodifikasi. Jurnal ekonomi bisnis dan akuntansi.* 4(1). 24-29
- Kurniawan, D., Semuel, H., & Japariato, E. (2013). *Analisis penerimaan nasabah terhadap layanan mobile banking dengan menggunakan pendekatan technology acceptance model dan theory of reasoned action. Jurnal manajemen pemasaran.* 1(1). 1-13
- Lumempow, N. R., Mandey, S., & Rotinsulu, J. J. (2015). *Analisis faktor-faktor kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Mandiri Tbk Cabang Bahu Mall Manado. Jurnal EMBA.* 3(3). 1275-1286
- Mustofa, U. A., & Siyanto, Y. (2015). *Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Pada Bank Umum Syariah Di Surakarta. Jurnal ilmiah ekonomi islam.* 1(2). 94-105
- Naik, K. C. N., Gantasala, B. S., & Prabhakar, V. G. (2010). *Servqual, Customer Satisfaction And Behavioral Intens In Retailing. European journal of social sciences.* 17(2). 200-213
- Nilasari, E., & Istiatin. (2015). *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada dealer PT. Ramayana motor sukoharjo. Jurnal paradigma.* 13(1). 1-12
- Nugroho, D. M. (2015). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Layanan Dan Harga Produk Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Prabayar Telkomsel. Jurnal OE.* 7(2). 158-174
- Nugroho, N. T. (2014). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan. Jurnal paradigma.* 12(2). 114-122
- Panjaitan, J. E., & Yuliati, A. L. (2016). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jne Cabang Bandung. Darema Jurnal Manajemen.* 11(2). 265-289
- Pratama, B., Tannady, H., & Jodiawan, P. (2017). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Di NN Laundry, Jakarta Selatan). Jurnal teknik dan ilmu komputer.* 6(24). 435-442
- Priyatno, D. (2011). *Buku Saku SPSS; Analisis statistik data, lebih cepat, efisien, dan akurat.* Yogyakarta: MediaKom.
- Pollack, B. L. (2014). *Why Do Consumers Stay When Things Are Bad And Leave When Things Are Good?. Journal of Relationship Marketing,* 13. 191-206.
- Rahayu, I. M. (2015). *Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (Tam) (Studi Kasus Pt Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta). Jurnal ekonomi syariah indonesia.* 5(2). 137-150
- Rahardja, Y., Presstiliano, J., & Astuti, N. P. (2008). *Analisis Dan Perancangan Mobile Banking Dengan Menggunakan Uml. Jurnal teknologi informasi.* 5(2). 101-200
- Rosita, R. (2015). *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah BNI, BRI, Mandiri dan BCA di Bekasi. Jurnal Widya ekonomika.* 1(1). 51-57
- Rusdianti, E., Purwantini, S., & Wardoyo, P. (2016). *Kepuasan nasabah terhadap kualitas layanan BNI e-banking. Jurnal dinamika sosial budaya.* 18(2). 226-240
- Sari W, Irine, (2012) *Manajemen Pemasaran Usaha Kesehatan*, Mitra Cendikia Press, Yogyakarta.
- Sa'diyah, M., & Aziroh, N. (2013). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kepercayaan Nasabah Muslim Pengguna Mobile Banking Di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Kudus. Equilibrium.* 1(1). 118-144
- Satriyanti, E. O. (2012). *Pengaruh kualitas layanan, kepuasan nasabah dan citra bank terhadap loyalitas nasabah bank muamalat di Surabaya. Journal of Business and Banking.* 2(2). 171-184.
- Siddiqi, K. O. (2011). *Interrelations between service quality attributes, customer satisfaction and customer loyalty in the retail banking sector in Bangladesh. International journal of business and management.* 6(3). 12-36
- Sugiarto. (2001). *Teknik Sampling.* Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama

- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistyawati, N. M. A., & Seminari, N. K. (2015). *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan restoran indus ubud Gianyar*. *E-jurnal manajemen unud*. 4(8). 2318-2332.
- Susepti, A., Hamid, D., Kusumawati, A. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Tamu Hotel (Studi Tentang Persepsi Tamu Hotel Mahkota Plengkung Kabupaten Banyuwangi)*. 50(5). 27-36.
- Sigit, R. D., & Oktafani, F. (2014). *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa lapangan futsal (studi kasus pada IFI futsal Bandung)*. *Universitas Telkom*.
- Trisusanti, Y. (2017). *Pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah (studi pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pekanbaru)*. 4(2). 1-16.
- Umar, Husein, (2012) *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa*, Jakarta: Penerbit Ghalia Indonesia
- Yang, A. S. (2009). *Exploring Adoption Difficulties In Mobile Banking Services*. *Canadian journal of administrative science*. 26. 136-149
- Yusmanto., & Albarda. (2015). *Integrasi protokol SMS dan internet pada mobile banking*. *Jurnal edukasi dan penelitian informatika*. 1(2). 128-132
- Wahab, W. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Industri Perbankan Syariah Di Kota Pekanbaru*. *Jurnal kajian ekonomi islam*. 2(1). 51-66
- Wardhana, A. (2015). *Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking (M-Banking) Terhadap Kepuasan Nasabah Di Indonesia*. *Derema jurnal manajemen*. 10(2). 273-284
- Wijayanto, K. (2015). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank*. *Jurnal ekonomi manajemen sumber daya*. 17(1). 38-45
- Wulandari, P, N., & Moeliono, N, N, K. (2017). *Analisis faktor-faktor penggunaan layanan mobile banking di Bandung*. 10(2). 139-149
- Zakiy, M., & Azzahroh, E. P. (2017). *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening*. *Jurnal ekonomi dan bisnis islam*. 3(1). 26-38