

Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Mobile Banking PT. Bank XYZ Wilayah Airmadidi Menggunakan E-Servqual

Customer Satisfaction Analysis of PT Bank XYZ Mobile Banking Service in Airmadidi Area Using E-Servqual

Andrew Tanny Liem¹, Ibrena Reghuella Chrisanti²,
Alvin Sandag³, Dipta Divakara Pius Purwadaria⁴

^{1,2,3,4}Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Klabat, Airmadidi

e-mail: ¹andrew.heriyana@unklab.ac.id, ²s215110013@student.unklab.ac.id,

³alvinsandag@gmail.com, ⁴dipta.purwadaria@unklab.ac.id

Abstrak

Pesatnya perkembangan teknologi *smartphone* di Indonesia mendorong pelaku bisnis untuk memanfaatkannya sebagai sarana untuk mengembangkan bisnis, baik itu berupa layanan ataupun produk sehingga dapat memberikan layanan yang terbaik kepada pelanggan. Bank XYZ adalah salah satu badan usaha milik negara Indonesia yang bergerak dibidang perbankan yang menyediakan layanan perbankan online yaitu *Mobile Banking* untuk memudahkan nasabah melakukan transaksi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan nasabah pengguna *Mobile Banking* khususnya pada Bank XYZ Wilayah Airmadidi. Dengan menggunakan metode *e-Servqual* yang merupakan suatu teknik evaluasi untuk menilai persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan elektronik dengan tujuh variabel didalamnya. Hasil analisis linear regresi berganda menunjukkan bahwa *e-Servqual* berpengaruh sebesar 64.4% terhadap kepuasan nasabah pengguna *Mobile Banking* dan 34.6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini. Pengujian hipotesis secara parsial terdapat tiga variabel yaitu *fulfillment*, *privacy*, dan *contact* memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah dan empat variabel lain yaitu *efficiency*, *reliability*, *responsiveness*, dan *compensation* tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna *Mobile Banking* Bank XYZ. Pengujian secara simultan *e-Servqual* memiliki pengaruh yang terhadap kepuasan nasabah pengguna *Mobile Banking* bank XYZ.

Kata kunci—kualitas layanan elektronik (*e-Servqual*), kepuasan nasabah, digital banking, mobile banking, Bank XYZ, linear regresi berganda.

Abstract

The rapid development of *smartphone* technology in Indonesia has led the company to utilize for their business, in the form of services or products, providing the best service to customers. Bank XYZ is one of Indonesia's state-owned enterprises engaged in banking that provides online banking services known as *Mobile Banking* that makes it easier for customers to do transactions. This study aims to determine the level of customer satisfaction towards Bank XYZ *Mobile Banking* users, especially at Bank XYZ Airmadidi. *e-Servqual* evaluation technique was used to assess customer perceptions of the quality of electronic services based on seven variables. The results of multiple linear regression analysis show that *e-Servqual* has an effect of 64.4% on the satisfaction of Bank XYZ *Mobile Banking* customers and 34.6% is influenced by other factors that were not examined in this study. Partial hypothesis testing shows that three variables are *fulfillment*, *privacy*, and *contact* which influence customer satisfaction and the other

four variables are efficiency, reliability, responsiveness, and compensation have no effect on the satisfaction of Bank XYZ Mobile Banking customers. Simultaneously testing to e-Servqual show an influence on the satisfaction of Bank XYZ Mobile Banking customers.

Keywords—electronic service quality (e-Servqual), customer satisfaction, digital banking, mobile banking, Bank XYZ, multiple linear regression

1. PENDAHULUAN

Saat ini perkembangan pengguna *smartphone* di Indonesia semakin meningkat pesat. Berdasarkan analisa lembaga riset digital marketing (Emarketer), pada tahun 2018 diperkirakan pengguna aktif yang menggunakan *smartphone* di Indonesia akan mencapai lebih dari 100 juta orang. Berdasarkan jumlah tersebut Indonesia akan menjadi negara keempat di dunia dengan pengguna aktif *smartphone* setelah negara Cina, India, dan Amerika [1]. Dengan adanya *smartphone* dan didukung oleh teknologi yang semakin berkembang mendorong para pelaku bisnis untuk memanfaatkan *smartphone* untuk mengembangkan bisnis agar pelanggan dapat terus menggunakan produk dan layanan yang disediakan [2].

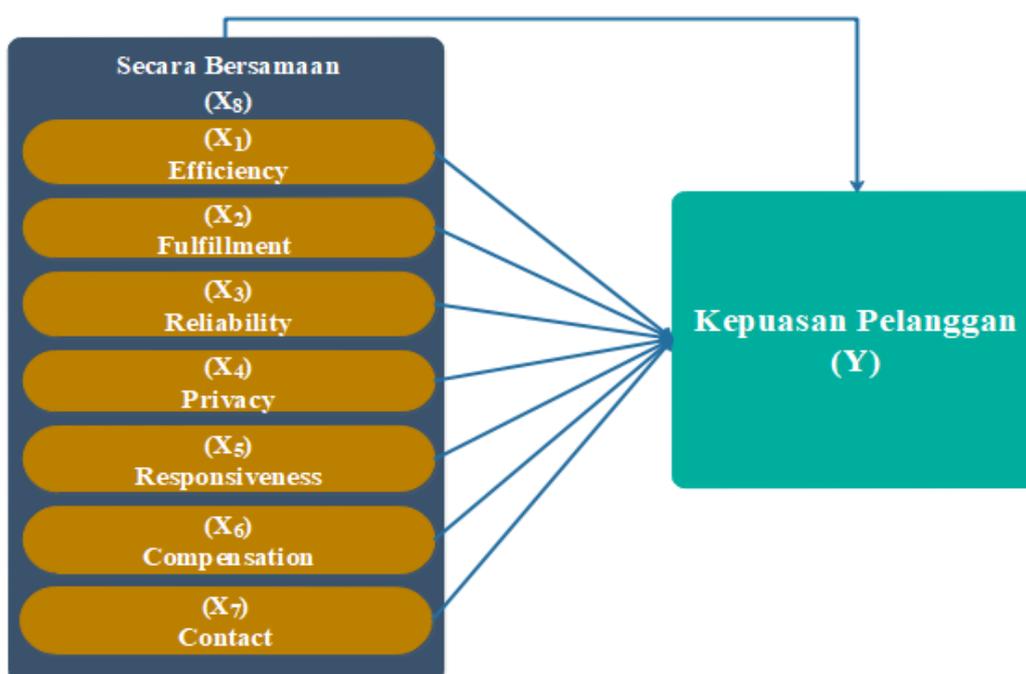
Pelayanan yang berkualitas dapat mendorong pelanggan untuk tetap percaya dan menjalin hubungan yang baik dengan perusahaan, dengan demikian hubungan ini akan memungkinkan perusahaan untuk mengetahui dengan jelas keinginan dan kebutuhan pelanggan sehingga para pelaku bisnis atau perusahaan mampu memberikan pengalaman yang lebih menyenangkan kepada pelanggan serta dapat meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap produk atau jasa yang diberikan, dengan demikian kualitas pelayanan haruslah menjadi prioritas perusahaan atau pelaku bisnis untuk dijadikan suatu keunggulan [3].

PT. Bank XYZ Wilayah Airmadidi merupakan perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) di Indonesia yang bergerak dibidang penyedia jasa perbankan yang memiliki visi untuk menjadi lembaga keuangan yang terkemuka dengan menyediakan layanan dan kinerja yang memberikan nilai tambah kepada seluruh nasabah dan mitra pilihan. Mobile Banking merupakan salah satu layanan perbankan berupa aplikasi untuk *smartphone* dengan sistem operasi Android dan iOS yang difasilitasi oleh PT. Bank XYZ untuk membantu memudahkan nasabah melakukan kegiatan transaksi perbankan melalui *smartphone* secara aman, mudah, dan cepat.

Metode *e-Servqual* merupakan pengembangan dari metode Servqual yang dikembangkan oleh Parasuraman, yang merupakan salah satu teknik evaluasi untuk menilai harapan dan persepsi pelanggan terhadap suatu layanan elektronik. Pada metode ini terdapat tujuh dimensi untuk mengukur kualitas layanan *online* diantaranya: *efficiency, fulfillment, reliability, privacy, responsiveness, compensation, dan contact* [4]. Metode ini dapat membantu organisasi bisnis untuk mengetahui kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan [5]. Metode *e-Servqual* dapat digunakan untuk mengukur tingkat kualitas layanan dalam berbagai macam model bisnis yang berbeda. Sebagai contoh, penelitian [6] mencoba untuk mengukur kualitas layanan pendidikan di universitas swasta, lebih lanjut di [7], *e-Servqual* digunakan untuk mengukur kualitas layanan ICT centers di daerah rural. Sebuah studi kasus di perusahaan logistic juga diukur kualitas layanannya dengan menggunakan *e-Servqual* pada penelitian [8]. Sedangkan penelitian [4]-[9] mengukur kualitas layanan mobile banking dan internet banking dari beberapa bank swasta di Indonesia. Berdasarkan hasil-hasil penelitian ini, maka peneliti tertarik untuk menggunakan *e-Servqual* dalam mengukur kualitas tingkat layanan mobile banking PT. Bank XYZ di Sulawesi Utara.

Melalui kegiatan Indonesia Banking Award (IBA), PT. Bank XYZ merupakan suatu bank konvensional yang mendapatkan peringkat pertama sebagai *The Best Bank in Digital Service* pada september 2018 [10]. Berdasarkan hal ini, maka peneliti melakukan wawancara kepada beberapa

orang nasabah pengguna *digital banking* PT. Bank XYZ untuk memperoleh informasi berkaitan dengan pencapaian yang telah diperoleh yang dalam hal ini dikhususkan untuk layanan Mobile Banking. Dari hasil wawancara, peneliti mendapati masih terdapat *error* ketika nasabah ingin masuk (*login*) ke akun nasabah sehingga membuat nasabah merasa terganggu dengan hal itu. Berdasarkan apa yang telah didapati oleh peneliti dari hasil wawancara, maka muncul sebuah pertanyaan apakah PT. Bank XYZ telah memberikan kepuasan kepada pelanggan terhadap layanan digital yang disediakan yang dalam hal ini yaitu untuk layanan Mobile Banking. Hal ini mendorong peneliti untuk melakukan penelitian terhadap kepuasan pelanggan untuk mengukur seberapa baik kualitas layanan Mobile Banking yang diberikan PT. Bank XYZ kepada nasabah dengan menggunakan metode e-Servqual. Gambar 1 menunjukkan model hipotesis penelitian ini.



Gambar 1 Model Hipotesis Penelitian

Dapat dilihat pada gambar 1, terdapat tujuh variabel penentu yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan terhadap penggunaan Mobile Banking PT. Bank XYZ. Sedangkan variabel kedelapan merupakan variabel yang menjelaskan pengaruh secara keseluruhan kualitas layanan *online* terhadap kepuasan pelanggan pengguna Mobile Banking PT. Bank XYZ. Model ini dikembangkan berdasarkan studi literatur pada [4]-[9], dimana ada tujuh dimensi dari e-Servqual yang diteliti yaitu *efficiency*, *fulfillment*, *reliability*, *privacy*, *responsiveness*, *compensation* dan *contact*. Berdasarkan model pada gambar 1, maka dapat berikut ini adalah hipotesis yang dikembangkan:

1. **H₀₁**: *Efficiency* - (X₁) tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y) untuk pelayanan Mobile Banking PT. Bank XYZ.
2. **H₀₂**: *Fulfillment* - (X₂) tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y) untuk pelayanan Mobile Banking PT. Bank XYZ.
3. **H₀₃**: *Reliability* - (X₃) tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y) untuk pelayanan Mobile Banking PT. Bank XYZ.
4. **H₀₄**: *Privacy* - (X₄) tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan untuk pelayanan (Y) Mobile Banking PT. Bank XYZ.
5. **H₀₅**: *Responsiveness* (X₅) tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y) untuk pelayanan Mobile Banking PT. Bank XYZ.

6. **H₀₆**: *Compensation* – (X_6) tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y) untuk pelayanan Mobile Banking PT. Bank XYZ.
7. **H₀₇**: *Contact* – (X_7) tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y) untuk pelayanan Mobile Banking PT. Bank XYZ.
8. **H₀₈**: Secara bersamaan (X_1), (X_2), (X_3), (X_4), (X_5), (X_6) dan (X_7) tidak memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y) untuk pelayanan Mobile Banking PT. Bank XYZ.

2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif, metode ini digunakan untuk mendeskripsikan suatu fenomena berdasarkan analisis terhadap data yang diperoleh untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini.

Populasi merupakan total wilayah yang meliputi objek atau subjek yang memiliki kualitas, karakteristik, serta kejelasan dan lengkapan yang akan diteliti. Populasi ini ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian di ambil kesimpulan [11]. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti kepada pihak PT. Bank XYZ Wilayah Airmadidi di dapati jumlah populasi yang dalam hal ini yaitu pengguna Bank XYZ Mobile Banking berjumlah kurang lebih 5000 orang. Perhitungan sampel penelitian menggunakan rumus Slovin, dimana populasi berjumlah 5000 orang, nilai toleransi terjadinya kesalahan sebesar ($e = 0,10$), dengan tingkat kepercayaan sebesar 90%.

Untuk mendapatkan data yang dibutuhkan, maka terdapat teknik pengumpulan data yang akan dilakukan oleh peneliti yaitu melalui proses wawancara secara langsung dengan pihak Bank XYZ serta pembagian kuesioner kepada pengguna Mobile Banking Bank XYZ. membagikan kuesioner kepada responden, kuesioner yang dibagikan dalam penelitian ini terdiri dari dua bagian, bagian yang pertama berisi pertanyaan berupa pilihan ganda dan pada bagian yang kedua berisi pertanyaan dari 7 dimensi e-Servqual dan 1 variabel lainnya yaitu kepuasan pelanggan dengan jumlah keseluruhan pertanyaan yaitu 33. Untuk membantu responden dalam mengisi kuesioner dan memudahkan peneliti memahami pendapat responden, maka digunakan skala likert dalam penelitian ini. Skala Likert dikembangkan oleh Rensis Likert yang digunakan untuk mengukur pendapat serta persepsi seseorang atau kelompok terhadap peristiwa sosial dengan memberikan respon respon positif atau negatif terhadap suatu pertanyaan. Skala Likert memiliki 5 kategori dengan bobot (1 – 5) yaitu [12].

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis koefisien determinasi (R^2) yang digunakan untuk memprediksi seberapa besar pengaruh variable bebas terhadap variable terikat. Pada pengujian analisis regresi berganda, hasil analisis koefisien determinasi (R^2) dijelaskan pada tabel *Model Summary* khususnya pada kolom *Adjusted R Square*, hasil yang diperoleh menyatakan besarnya pengaruh variabel kualitas jasa *online* (X) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) [13]. Selanjutnya, uji T juga digunakan untuk menunjukkan bagaimana pengaruh masing-masing variable bebas terhadap variable terikat dengan nilai alpha sebesar 0.1 [14]. Uji F juga dilakukan untuk melihat bagaimana pengaruh semua variabel bebas secara simultan terhadap variable terikat.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah membagikan kuesioner kepada responden di PT. Bank XYZ Wilayah Airmadidi, peneliti mendapatkan hasil berupa 116 kuesioner yang dapat diisi oleh responden, dari jumlah tersebut peneliti memilih 105 kuesioner yang valid untuk digunakan dengan alasan untuk memenuhi seluruh jumlah sampel yang diperlukan, dan peneliti memilih kuesioner yang telah diisi dengan baik oleh responden sesuai dengan instruksi yang diberikan, serta peneliti memilih kuesioner yang diisi oleh responden dengan waktu penggunaan Mobile Banking Bank XYZ tidak lebih dari satu tahun. Sedangkan untuk 11 kuesioner yang tersisa tidak digunakan dalam

penelitian karena peneliti mendapati beberapa pertanyaan tidak terisi oleh responden, dan peneliti tidak mengambil kuesioner yang diisi oleh responden yang menggunakan Mobile Banking Bank XYZ lebih dari satu tahun.

Hasil karakteristik responden pengguna aktif dari Mobile Banking Bank XYZ dapat dilihat pada Tabel 1 sampai dengan Tabel 4.

Tabel 1 Karakteristik Responden Menurut Jenis kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase
1	Laki – Laki	57	54.3%
2	Perempuan	48	45.7%
Total Reponden		105	100%

Tabel 1 Responden Menurut jenis Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase
1	Pegawai Swasta	28	26.6%
2	Pegawai Negeri	14	13.3%
3	Mahasiswa	27	25.8%
4	Wiraswasta	15	14.3%
5	Lainnya	21	20%
Total Responden		105	100%

Tabel 2 Responden Menurut Pendidikan

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah Responden	Persentase
1	SMP	0	0%
2	SMA	43	41%
3	Diploma	6	5.7%
4	Sarjana	56	53.3%
5	Lainnya	0	0%
Total Responden		105	100%

Tabel 3 Responden Menurut Jenis Pengguna

No	Jenis Pengguna	Jumlah Responden	Persentase
1	Aktif	87	82.8%
2	Tidak Aktif	18	17.2%
Total Responden		105	100%

Berdasarkan Tabel 1 dengan jumlah responden sebanyak 105 orang menunjukkan bahwa responden dengan jenis kelamin laki - laki lebih banyak menggunakan Mobile Banking Bank XYZ dengan jumlah 57 orang (54.3%), sedangkan perempuan berjumlah 48 orang (45.7%). Tabel 2 menunjukkan jenis pekerjaan terbanyak dari responden dalam penelitian ini adalah pegawai swasta yaitu sebanyak 28 orang (26.6%), mahasiswa dengan jumlah 27 orang (25.8%) dan kategori lainnya berjumlah 21 orang (20%). Sedangkan dalam Tabel 3 ditunjukkan bahwa jumlah responden yang pendidikan terakhirnya berada pada jenjang sarjana adalah yang terbanyak yaitu 56 orang (53.3%), dan diikuti oleh responden yang pendidikan terakhirnya di jenjang SMA yaitu sebanyak 43 orang (41%). Sehingga dapat disimpulkan bahwa sebagian besar pengguna Mobile Banking Bank XYZ adalah mereka yang memiliki pendidikan terakhir sarjana dan SMA. Selanjutnya, Tabel 4 menunjukkan 87 orang (82.8%) responden yang aktif menggunakan Mobile Banking Bank XYZ untuk melakukan berbagai transaksi perbankan yang mereka butuhkan.

Tabel 5 menunjukkan hasil analisis linear regresi berganda. Dapat dilihat bahwa variable efficiency, fulfillment, reliability, privacy, responsiveness, compensation dan contact memiliki

pengaruh positif terhadap kepuasan pengguna Mobile Banking Bank XYZ. Sehingga dapat disimpulkan bahwa persamaan linear regresi-nya adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + 0.085 X_1 + 0.460 X_2 + 0.114 X_3 + 0.170 X_4 + 0.001 X_5 + 0.010 X_6 + 0.168 X_7 + e$$

Ini berarti bilamana nilai X_1 sampai dengan X_7 bernilai 0 maka nilai $Y = 0.124$. Hal yang sama juga berlaku untuk β . Sebagai contoh, β_1 bernilai 0.085 yang artinya setiap peningkatan variable efficiency (X_1) maka terjadi peningkatan pada variable kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0.085 dan seterusnya untuk variabel β_2 . X_2 sampai dengan β_7 . X_7 .

Tabel 5 Analisis Linear Regresi Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.124	.319		.388	.699
	Efficiency (X_1)	.085	.065	.095	1.294	.199
	Fulfillment (X_2)	.460	.110	.422	4.164	.000
	Reliability (X_3)	.114	.106	.118	1.072	.286
	Privacy (X_4)	.170	.066	.184	2.550	.012
	Responsiveness (X_5)	.001	.077	.001	.013	.990
	Compensation (X_6)	.010	.049	.016	.200	.842
	Contact (X_7)	.168	.078	.188	2.161	.033

Uji analisis koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel *Efficiency*(X_1), *Fulfillment* (X_2), *Reliability* (X_3), *Privacy* (X_4), *Responsiveness* (X_5), *Compensation* (X_6), *Contact* (X_7) memiliki pengaruh positif sebesar 64.4% terhadap kepuasan pelanggan (Y), dan sisanya sebesar 34.6% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Tabel 6 menunjukkan hasil analisis koefisien determinasi.

Tabel 6 Analisis Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.817 ^a	.668	.644	.33297

a. Predictors: (Constant), Contact (X_7), Efficiency (X_1), Privacy (X_4), Compensation (X_6), Fulfillment (X_2), Responsiveness (X_5), Reliability (X_3)

Selanjutnya, uji T dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh parsial atau masing – masing variabel kualitas jasa X_1 sampai dengan X_7 terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y). Jika nilai pada kolom signifikan kurang dari nilai *alpha* 0.1 ($\text{sig} < 0.1$), maka dikatakan variabel X memiliki pengaruh terhadap variabel Y, sebaliknya jika nilai pada kolom signifikan lebih dari nilai *alpha* 0.1 ($\text{sig} > 0.1$), maka variabel X tidak memiliki pengaruh terhadap variabel Y. Tabel 7 menunjukkan hasil analisis uji T.

Tabel 7 Uji T
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.124	.319		.388	.699

Efficiency (X1)	.085	.065	.095	1.294	.199
Fulfillment (X2) *	.460	.110	.422	4.164	.000
Reliability (X3)	.114	.106	.118	1.072	.286
Privacy (X4) *	.170	.066	.184	2.550	.012
Responsiveness (X5)	.001	.077	.001	.013	.990
Compensation (X6)	.010	.049	.016	.200	.842
Contact (X7) *	.168	.078	.188	2.161	.033

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Dari Tabel 7 dapat dilihat bahwa:

1. *Efficiency*

H₀₁: nilai sig. 0.199 > 0.1 sehingga menerima H₀₁ dan menolak H_{a1}. Hal ini mengartikan bahwa *efficiency* tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna Mobile Banking PT.XYZ.

2. *Fulfillment*

H₀₂: nilai sig. 0.000 < 0.1 sehingga menerima H_{a2} dan menolak H₀₂. Hal ini dapat diartikan bahwa *fulfillment* memiliki pengaruh secara signifikan dan merupakan variabel yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap kepuasan pelanggan pengguna Mobile Banking PT.XYZ.

3. *Reliability*

H₀₃: nilai sig. 0.286 > 0.1 sehingga menerima H₀₃ dan menolak H_{a3}. Hal ini mengartikan bahwa *reliability* tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna Mobile Banking PT.XYZ.

4. *Privacy*

H₀₄: nilai sig. 0.012 < 0.1 sehingga menerima H_{a4} dan menolak H₀₄. Hal ini mengartikan bahwa *privacy* memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna Mobile Banking PT.XYZ.

5. *Responsiveness*

H₀₅: nilai sig. 0.990 > 0.1 sehingga menerima H₀₅ dan menolak H_{a5}. Hal ini mengartikan bahwa *responsiveness* tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna Mobile Banking PT.XYZ.

6. *Compensation*

H₀₆: nilai sig. 0.842 > 0.1 sehingga menerima H₀₆ dan menolak H_{a6}. Hal ini mengartikan bahwa *compensation* tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna Mobile Banking PT.XYZ.

7. *Privacy*

H₀₇: nilai sig. 0.033 < 0.1 sehingga menerima H_{a7} dan menolak H₀₇. Hal ini mengartikan bahwa *contact* memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna Mobile Banking

Dapat disimpulkan bahwa hanya ada 3 variabel yang memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y), yaitu variabel fulfillment (X₂), privacy (X₄), dan contact (X₇). Sedangkan variabel yang lainnya yaitu X₁, X₃, X₅ dan X₆ tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan di [15] yang mengatakan bahwa terdapat arah hubungan yang positif dari variabel kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah, semakin baik layanan yang diberikan, maka kepuasan pelanggan akan semakin meningkat. Dan hal yang sebaliknya akan terjadi jika kualitas layanan buruk maka kepuasan pelanggan akan semakin menurun.

Sedangkan, terdapat variabel *efficiency*, *reliability*, *responsiveness*, dan *compensation* yang tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini sejalan dengan penelitian

yang dilakukan [16] dapat bahwa adanya variabel yang tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dikarenakan adanya jawaban dari responden yang menyatakan bahwa mereka tidak setuju dengan pernyataan yang menyatakan bahwa layanan Mobile Banking kadang – kadang mengalami gangguan, dan penanganan masalah dilakukan dengan baik. Berdasarkan hal tersebut maka responden atau nasabah merasa bahwa masih terdapat gangguan ketika bertransaksi, mereka merasa bahwa proses aktivasi Mobile Banking tergolong rumit karena harus langsung mengunjungi bank, serta responden merasa bahwa dalam proses penganggulan keluhan yang dialami masih kurang baik sehingga mempengaruhi kepuasan nasabah terhadap layanan Mobile Banking [16].

Sebuah model yang dikembangkan oleh Profesor Nariaki Kano yang dikenal dengan model Kano dengan tujuan mengkategorikan atribut untuk mengetahui seberapa baik sebuah produk atau jasa dalam hal memberikan kepuasan kepada konsumen. Model Kano terbagi menjadi tiga tipe, tipe yang pertama yaitu *Must be Requirement* (atribut dasar) pada model Kano memiliki hubungan dengan penelitian saat ini yang berarti perasaan tidak puas dari konsumen jika suatu produk atau jasa memberikan kinerja dan layanan yang tidak baik, namun kepuasan pelanggan tidak akan meningkat walaupun kinerja atau layanan produk atau jasa telah terpenuhi, karena telah dianggap bahwa kinerja atau layanan tersebut memang seharusnya diberikan [17]. Dapat disimpulkan bahwa variabel *efficiency*, *reliability*, *responsiveness* dan *compensation* walaupun tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, tetapi merupakan variabel dasar yang dibutuhkan dan seharusnya ada dalam layanan Mobile Banking.

Tabel 8 Uji F
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	21.619	7	3.088	27.857	.000 ^b
Residual	10.754	97	.111		
Total	32.373	104			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Contact (X₇), Efficiency (X₁), Privacy (X₄), Compensation (X₆), Fulfillement (X₂), Responsiveness (X₅), Reliability (X₃)

Tabel 8 menunjukkan hasil uji F untuk melihat apakah ada hubungan yang signifikan secara serentak ke-7 variabel bebas terhadap kepuasan pelanggan. Hasil pengujian secara serentak menunjukkan bahwa kualitas jasa *online* (X₁ sampai dengan X₇) menghasilkan nilai signifikan sebesar 0.000, dapat diartikan bahwa secara serentak atau secara bersamaan variabel kualitas jasa *online* (X) memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y) atau dalam hal ini *efficiency*, *fulfillment*, *reliability*, *privacy*, *responsiveness*, *compensation* dan *contact* secara serentak memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan untuk layanan Mobile Banking Bank XYZ. Sehingga mendapatkan jawaban terhadap hipotesis penelitian, menolak H₀ dan menerima H_a karena terdapat pengaruh yang signifikan secara bersamaan terhadap kepuasan pelanggan.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan pada [18] Dalam penelitian ini secara simultan variabel kualitas layanan (X) memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y). Ketika layanan yang diberikan tidak sesuai dengan harapan pelanggan, maka pelanggan merasa kecewa sehingga merasa tidak puas. Namun, jika layanan yang diberikan memenuhi keinginan pelanggan, maka akan meningkatkan kepuasan terhadap layanan [18]. Jadi, dapat di simpulkan bahwa kualitas layanan mempengaruhi kepuasan pelanggan Mobile Banking.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian didapati bahwa ada 3 variabel yang memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Mobile Banking Bank XYZ yaitu fulfillment (X_2), privacy (X_4), dan contact (X_7). Selanjutnya, di dapati pula bahwa variabel fulfillment (X_2) merupakan variabel dengan nilai β yang paling besar yaitu 0.460 yang menunjukkan bahwa variabel fulfillment (X_2) merupakan factor yang penting untuk memenuhi kepuasan pengguna. Akhirnya, di dapati pula bahwa ke-7 variabel yang diteliti secara serentak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sehingga ke-7 faktor ini sangat memegang peranan penting untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

5. SARAN

Sebagai saran untuk penelitian yang telah dilakukan yaitu, kami berharap PT. Bank XYZ Wilayah Airmadidi dapat lebih meningkatkan layanan pada Mobile Banking dari segi *efficiency*, *reliability*, *responsiveness*, dan *compensation* yang diberikan kepada nasabah pengguna Mobile Banking PT. Bank XYZ agar tidak terjadi gangguan ketika melakukan transaksi sehingga dapat memberikan layanan yang sesuai dengan harapan nasabah. Serta mempertahankan layanan yang sudah dalam keadaan baik sehingga dapat mempertahankan nasabah untuk tetap menggunakan layanan Mobile Banking PT. Bank XYZ.

Saran juga ditujukan kepada peneliti yang ingin meneliti penelitian yang serupa agar dapat mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan metode – metode yang lain atau menggunakan metode yang sama namun dengan menggunakan variabel yang berbeda, karena peneliti menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] I. Rahmayani, “Indonesia Raksasa Teknologi Digital Asia,” 02-Oct-2015. [Online]. Available: https://kominfo.go.id/content/detail/6095/indonesia-raksasa-teknologi-digital-asia/0/sorotan_media. [Accessed: 02-Jul-2018].
- [2] Pengaruh Teknologi Smartphone Pada Layanan Bisnis di Indonesia." [Online]. Available: <https://www.beritateknologi.com/pengaruh-teknologi-smartphone-pada-layanan-bisnis-di-indonesia/>. [Accessed: 18-Oct-2018].
- [3] H. I. P. S. Noor, “Analisis Pengaruh Kalitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT Matahari Department Store Soso Grand Mall,” *Jurnal Ekonomi Management*, vol. 5, no. 1, p. 55, 2018.
- [4] O. M. Trisnawati, “Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik (E-Servqual) terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Mobile Banking (Studi Pada Pengguna Mobile Banking Bank Sinarmas Cabang Malang),” *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*, vol. 4, no. 2, 2017.
- [5] J. Rewah, “Pengaruh Kualitas Layanan Online Terhadap Kepuasan Pelanggan Telkomsel Manado,” *Cogito Smart Journal*, vol. 2, no. 2, pp. 250–262, 2016.
- [6] A. A. F. Abari, M. H. Yarmohammadian, and M. Esteki, “Assessment of quality of education a non-governmental university via SERVQUAL model,” *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, vol. 15, pp. 2299–2304, Jan. 2011, doi: 10.1016/j.sbspro.2011.04.097.

- [7] S. Saraei and A. M. Amini, "A study of service quality in rural ICT renters of Iran by SERVQUAL," *Telecommunications Policy*, vol. 36, no. 7, pp. 571–578, 2012.
- [8] N. A. A. Roslan, E. Wahab, and N. H. Abdullah, "Service Quality: A Case Study of Logistics Sector in Iskandar Malaysia Using SERVQUAL Model," *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, vol. 172, pp. 457–462, 2015.
- [9] N. Heryanto dan A.H. Sutawidjaya, "Analisis Kualitas Layanan Internet Banking Dengan Menggunakan Metode E-Servqual Pada Bank XYZ," *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, vol. 1, no. 3, 2017.
- [10] Tempo, "Bank Terbaik Versi Indonesia Banking Award 2018 Diumumkan - Bisnis Tempo.co." [Online]. Available: <https://bisnis.tempo.co/read/1130436/bank-terbaik-versi-indonesia-banking-award-2018-diumumkan>. [Accessed: 18-Oct-2018].
- [11] A. Tobagus, "Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Satisfaction Pada Pengguna di Situs Tokopedia," *AGORA*, vol. 6, no. 1, p. 3, 2018.
- [12] W. Winarti, "Pengukuran Kualitas Situs Perguruan Tinggi Dari Sudut Pandang Pemakai Dengan Menggunakan Metode WEBQUAL 4.0," *Jurnal Ilmiah Informatika Komputer*, vol. 19, no. 3, p. 66, 2014.
- [13] "Makna Koefisien Determinasi [R Square] dalam Analisis Regresi Linear - SPSS Indonesia." [Online]. Available: <https://www.spssindonesia.com/2017/04/makna-koefisien-determinasi-r-square.html>. [Accessed: 04-Nov-2018].
- [14] "Uji F dan Uji T - Uji Statistik." [Online]. Available: <https://www.statistikian.com/2013/01/uji-f-dan-uji-t.html>. [Accessed: 24-Mar-2019].
- [15] M. Eka Putri, "Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik (E-Servqual) Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Mobile Banking (Studi Kasus Pada BRI Unit Jatiwaringin Cabang Kramat Jati Jakarta Timur Tahun 2014)," *Universitas Telkom, Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika*, 2014.
- [16] A. Febrianta, "Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BCA di Kota Bandung," *eProceedings of Management*, vol. 3, no. 3, p. 7, 2016.
- [17] N. B. Puspitasari, H. Suliantoro, and L. Kusumawardhani, "Analisis Kualitas Pelayanan Dengan Menggunakan Integrasi Importance Performance Analysis (IPA) Dan Model KANO (Studi Kasus di PT. Perusahaan Air Minum Lyonnaise Jaya Jakarta)," *Jurnal Teknik Industri*, vol. 5, no. 3, 2010.
- [18] A. A. Sebdi and Saino, "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Online (Studi Pada DKPOP SHOP)," *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, vol. 2, no. 1, 2014.