

**ANALISA PENGARUH LAYANAN *MOBILE BANKING* BRI TERHADAP  
KEPUASAN DAN LOYALITAS NASABAH PADA  
PT BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO), TBK  
CABANG BANDUNG SETIABUDI**

Tesis

Program Studi Magister Manajemen



**Diajukan Oleh :**

**FREDDY LUSJANA**  
**161503296**

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN  
STIE WIDYA WIWAHA  
YOGYAKARTA  
2018**

TESIS

**ANALISA PENGARUH LAYANAN *MOBILE BANKING* BRI TERHADAP  
KEPUASAN DAN LOYALITAS NASABAH PADA  
PT BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO), TBK  
CABANG BANDUNG SETIABUDI**

Diajukan Oleh :

**FREDDY LUSJANA**  
**161503296**

Tesis ini telah dipertahankan di hadapan Dewan Penguji  
Pada tanggal :.....

Pembimbing I

Pembimbing II

Drs. Anas Hidayat, MBA, Ph.D

Dra. Uswatun Chasanah, M.Si

dan telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh Gelar Magister  
Yogyakarta,

Mengetahui,  
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN  
STIE WIDYA WIWAHA YOGYAKARTA  
DIREKTUR

Drs. John Suprihanto, MIM, Ph.D

## **PERNYATAAN**

Dengan ini dinyatakan bahwa tesis ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

**STIE Widya Wiwaha  
Jangan Plagiat**

Yogyakarta, September 2018

**FREDDY LUSJANA**

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur Kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, atas limpahan rahmat dan anugerah-Nya, sehingga dapat diselesaikan tesis Magister Manajemen *STIE Widya Wiwaha Yogyakarta*. Banyak pihak yang telah membantu dalam penyelesaian tesis ini, oleh karena itu diucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu kelancaran tesis ini, yaitu kepada :

1. Drs. John Suprihanto, MIM, Ph.D selaku Direktur Magister Manajemen STIE Widya Wiwaha yang telah memberikan dorongan dan bimbingannya dalam penyusunan tesis ini.
2. Drs. Anas Hidayat, MBA, PH.D selaku pembimbing I yang telah memberikan dorongan dan bimbingannya dalam penyusunan tesis ini.
3. Dra. Uswatun Chasanah, M.Si selaku pembimbing II yang telah memberikan dorongan dan bimbingannya dalam penyusunan tesis ini.
4. Dewan penguji yang telah memberikan masukan dalam penyelesaian tesis ini.
5. Dosen Magister Manajemen STIE Widya Wiwaha Yogyakarta.
6. Pemimpin Cabang BRI Kanca Bandung Setiabudi beserta staff
7. Papap dan alm Mama, Mertua, yang tercinta Istri (Ida F Darmayanti, SH, SP1 dan kedua anakku ( Sarah Alifah Fridayanti dan M Akrom Januarfalah )
8. Semua pihak yang tidak dapat kami sebut satu persatu.

Atas segala bantuan dan dukungan semua pihak diucapkan terima kasih.

Yogyakarta, September 2018

FREDDY LUSJANA

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
PERNYATAAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI .....	v
<b>BAB I    PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Pertanyaan Penelitian .....	7
D. Tujuan penelitian .....	8
E. Manfaat Penelitian .....	8
<b>BAB II    LANDASAN TEORI</b>	
A. Kajian Pustaka .....	10
B. Penelitian Terdahulu .....	19
C. Kerangka Konseptual .....	20

BAB III	METODE PENELITIAN	
	A. Jenis Penelitian .....	22
	B. Jenis Penelitian .....	22
	C. Populasi dan Sampel Penelitian .....	23
	D. Definisi Operasional .....	24
	E. Sumber Data .....	25
	F. Metoda Pengumpulan Data .....	25
	G. Instrumen Penelitian .....	26
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
	A. Gambaran Umum Perusahaan .....	33
	B. Hasil Penelitian .....	37
	C. Pembahasan .....	50
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	
	A. Kesimpulan .....	53
	B. Saran .....	54
	DAFTAR PUSTAKA	

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. LATAR BELAKANG**

Berbicara mengenai Bank, saat ini sudah banyak Bank-Bank yang beroperasi di Indonesia, baik itu Bank Daerah, Bank Konvensional maupun Bank Syariah. Hal ini kemudian yang akan mendorong calon nasabah untuk semakin selektif dalam memilih Bank. Sebenarnya, baik itu calon nasabah maupun nasabah pastilah akan memilih Bank yang memiliki pelayanan yang baik sebagai tempat mereka untuk menabung. Penyedia jasa perbankan seharusnya mampu memberikan pelayanan yang baik kepada nasabahnya.

Pelayanan yang dimaksud tidak cukup hanya dengan pelayanan fisik yang dilakukan oleh pegawai Bank saat bertatap muka secara langsung dengan nasabah di Bank, tetapi juga pelayanan secara tidak langsung. Hal ini terjadi mengingat gaya hidup sebagian besar nasabah telah berubah dengan adanya pengaruh perkembangan teknologi, seperti dapat dilihat dalam gaya baru nasabah dalam bertransaksi melalui layanan *mobile banking*. Kondisi ini menjadi salah satu tantangan baru yang harus dihadapi oleh Bank untuk tetap mempertahankan nasabahnya.

Bank merupakan salah satu perusahaan jasa yang bergerak dalam bidang finansial. Seperti diketahui prosedur transaksi pada setiap Bank di Indonesia tidak jauh berbeda dimana biasanya dimulai dengan penulisan data terlebih dahulu, mengantri, lalu dilanjutkan dengan proses transaksi dimana terjadi tatap muka

langsung antara nasabah dan *teller*. Proses ini cukup menyita waktu dan tidak jarang menyebabkan ketidaknyamanan ketika nasabah harus mengantri dalam waktu yang cukup lama, namun dengan penggunaan teknologi canggih di sektor perbankan dipastikan akan mengubah pola transaksi. Kegiatan Bank yang sebelumnya lebih banyak disibukkan dengan transaksi yang berkaitan dengan uang tunai, penarikan dan penyetoran uang, akan menjadi lebih praktis dan cepat tanpa harus nasabah direpotkan untuk antri dan menulis setoran. Produk perbankan yang menggunakan teknologi informasi atau yang biasa disebut dengan *mobile banking* atau disingkat dengan *mBanking*. Kemajuan dibidang teknologi informasi ini nasabah dapat melakukan transaksi darimana saja dan kapan saja.

Pada saat yang bersamaan, teknologi ini pula yang akan menjadi senjata bagi Bank yang bersangkutan untuk bersaing dengan Bank – Bank lain, terutama dalam usahanya untuk menciptakan suatu produk pelayanan yang lebih murah, lebih baik, dan lebih cepat. Berikut, dijelaskan beberapa teknologi layanan perbankan antara lain adalah *Mobil Banking* (Wiji Nurastuti, 2011:110). Salah satu produk *mobile banking* tersebut adalah *sms banking*. SMS Banking merupakan salah satu alternatif elektronik channel yang menggunakan mobile phone banking sebagai device-nya dan *messaging system* atau *short message system* (SMS) sebagai media transaksinya. Layanan ini diharapkan mampu memberikan kemudahan kepada nasabah dalam bertransaksi *any time, any where, any device*. (Buku Pedoman Operasional - *SMS Banking* BRI, 2008 : 2).

Bagi nasabah yang memiliki tingkat kesibukan yang tinggi sehingga tidak sempat pergi ke Bank kerana terhalang oleh rutinitas kesibukan, maka layanan

*mobile banking* bisa menjadi solusi bagi nasabah Bank Rakyat Indonesia tersebut. Hal ini dapat menimbulkan minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking* Bank Rakyat Indonesia secara intens sehingga dapat meningkatkan loyalitas terhadap Bank Rakyat Indonesia.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang menentukan keunggulan Bank dalam menghadapi persaingan antar perbankan yang ada. Bank sebagai perusahaan jasa dalam bidang keuangan ataupun lainnya yang berkaitan dengan transaksi keuangan, yang perlu mengutamakan kualitas pelayanan. Apabila Bank tidak mampu melayani nasabah dengan baik maka kemungkinan yang akan timbul adalah nasabah akan memutuskan hubungan bisnis dengan Bank. Untuk itu kualitas pelayanan memegang peranan penting dalam mempengaruhi nasabah untuk melakukan transaksi.

Menurut Kotler (2007:181) mengatakan bahwa kualitas layanan adalah jaminan terbaik atas kesetiaan nasabah, pertahanan terbaik dalam melawan persaingan dan satu-satunya jalur menuju pertumbuhan serta pendapatan yang berkesinambungan. Menurut Ebert (2007:38) kualitas layanan merupakan keberhasilan suatu produk dalam memberikan unggulan yang nasabah inginkan. Adanya kualitas pelayanan yang baik akan berdampak penting pada terjadinya kepuasan nasabah yang dapat mengakibatkan nasabah puas dan percaya akan kualitas layanan yang telah diberikan oleh perbankan dalam melaksanakan kegiatan transaksi keuangan. Kepuasan nasabah ini sangat berperan penting dalam dunia perbankan, dimana kepuasan para nasabah merupakan tujuan yang ingin dicapai oleh setiap Bank yang telah melakukan pelayanan terhadap nasabahnya yang akan

melakukan transaksi keuangan baik itu dengan cara datang ke Bank ataupun dengan media lain untuk melakukan transaksi.

Bank BRI sebagai salah satu Bank yang berkomitmen untuk memuaskan nasabah berusaha meningkatkan kualitas layanannya sesuai dengan motto Bank BRI “ *Melayani dengan Setulus Hati* “. Kualitas layanan yang diberikan dalam hal ini adalah kualitas layanan yang diberikan melalui dunia maya atau nasabah pengguna *mobile banking* BRI. Karena, ada banyak nasabah yang tidak banyak memiliki waktu hanya untuk sekedar datang ke Bank melakukan suatu transaksi yang nasabah butuhkan, sehingga nasabah membutuhkan suatu akses elektronik yang cepat, handal dan terpercaya dalam melakukan transaksinya.

Dalam upaya mewujudkan kepuasan nasabah seiring dengan perkembangan *internet banking*, Bank BRI menawarkan layanan *internet banking*. *Internet Banking ( e – Banking )* yang merupakan layanan informasi dan transaksi yang *mobile* dan fleksibel 24 jam melalui fasilitas internet. Tujuan dari layanan *mobile banking* BRI adalah untuk mempermudah pelayanan bagi para nasabahnya. Layanan ini memberikan aspek keamanan, kecepatan, dan kenyamanan dan fleksibilitas transaksi, karena dapat melakukan transaksi kapan dan dimana saja. *mobile banking* BRI adalah salah satu bentuk pelayanan yang diberikan oleh perbankan kepada nasabahnya untuk mempermudah para nasabah yang akan melakukan transaksi dengan tidak perlu datang ke Bank karena kesibukannya atau mobilitas yang tinggi, sehingga *mobile banking* BRI saat ini banyak digemari oleh nasabah yang memiliki aktivitas padat, sehingga dimanapun mereka berada tetap dapat melakukan transaksi tanpa perlu mengganggu aktivitasnya sedikitpun.

*Mobile banking* menurut Sekaran (2007:55) merupakan jaringan komputer yang menghubungkan orang dan informasi dan telah membuka kemungkinan yang sangat besar bagi kemajuan penelitian serta dapat memperluas peluang bisnis di seluruh dunia. Sedangkan menurut Oetama (2007:117) internet merupakan sekumpulan jaringan yang terhubung satu dengan lainnya dan dimana jaringan tersebut menyediakan sambungan menuju global informasi.

Di samping itu adapun yang mempengaruhi nasabah dalam menggunakan *mobile banking* BRI, yaitu layanan *mobile banking* BRI yang meliputi kualitas layanan nasabah secara *online* dimana faktor tersebut berpengaruh terhadap pelayanan yang diberikan pada saat nasabah melakukan *mobile banking* BRI atau dengan kata lain nasabah yang melakukan transaksi *online*. Selanjutnya, sistem informasi secara *online*, faktor ini mempengaruhi sistem informasi yang disediakan oleh bank bagi nasabah pengguna *mobile banking* BRI untuk dapat mencari informasi tentang layanan *mobile banking* BRI secara jelas meskipun nasabah tidak datang ke bank, dan yang terakhir adalah kualitas layanan produk secara *online*, hal ini dimaksudkan untuk nasabah *online* yang sering kali melakukan transaksi secara *online* dimana nasabah menginginkan kualitas yang baik dari produk–produk *online* perbankan yang ditawarkan bagi nasabah. Faktor–faktor tersebut harus dapat dipenuhi oleh perbankan untuk dapat memuaskan nasabahnya dalam hal bertransaksi melalui *mobile banking* BRI. Dalam kamus besar Bahasa Indonesia (1990) Loyalitas adalah kesetiaan, ketaatan, dan kepatuhan. Loyalitas yang diberikan nasabah terhadap perbankan apabila bank yang dipilihnya mampu menciptakan kepastian dan keamanan dalam hal transaksi keuangan dan pelayanan

yang diberikan perbankan terhadap nasabahnya. Nasabah yang puas atas kualitas layanan yang diberikan melalui *mobile banking BRI*, maka akan berdampak loyalnya nasabah terhadap bank yang dipilihnya. Sehingga memelihara nasabah yang loyal dengan cara selalu meningkatkan kualitas layanan yang diberikan melalui *mobile banking BRI* adalah hal terpenting daripada mencari sebanyak-banyaknya nasabah baru dengan iming-iming adanya kemudahan akses dalam *mobile banking BRI*.

Loyalitas nasabah adalah hal yang paling penting dalam menunjang keberhasilan suatu bisnis perbankan, nasabah yang loyal terhadap Bank akan menawarkan Bank tersebut kepada kerabat atau orang dekat yang dikenal nasabah. Semakin puas nasabah dalam merasakan kualitas layanan yang telah diberikan oleh Bank maka akan semakin loyal nasabah tersebut terhadap Bank, jika seorang nasabah telah loyal terhadap suatu Bank maka nasabah tersebut akan menempatkan semua dananya pada Bank tersebut sehingga jika banyak nasabah yang loyal terhadap perbankan, pasti akan semakin banyak keuntungan yang bisa didapat dari Bank melalui *Fee Based Income*. Menurut Kasmir (2001:109), *Fee Based Income* adalah keuntungan yang didapat dari transaksi yang diberikan dalam jasa-jasa bank lainnya. Menurut Fandy Tjiptono (2008: 76), loyalitas mencerminkan komitmen merek tertentu, sedangkan perilaku pembelian ulang semata-mata menyangkut pembelian merek tertentu yang sama secara berulang kali.

Dari data pendapatan *Fee Based Income* yang diperoleh dari Simpanan baik Tabungan Britama maupun Tabungan Simpedes di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Bandung Setiabudi, bahwa telah terjadi penurunan

pendapatan *Fee based Income* pada triwulan II 2018 ( April – Juni 2018 ) dibandingkan dengan pendapatan *Fee Based Income* pada triwulan I 2018 ( Januari – Maret 2018 ).

Berdasarkan latar belakang diatas perlu dilakukan penelitian dengan judul **Analisa pengaruh layanan *mobile banking* BRI terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Cabang Bandung Setiabudi.**

## **B. PERUMUSAN MASALAH**

Perumusan Masalah dalam penelitian ini adalah belum diketahuinya pengaruh layanan *mobile banking* BRI terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Cabang Bandung Setiabudi.

## **C. PERTANYAAN PENELITIAN**

Pertanyaan dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah ada pengaruh layanan *mobile banking* BRI terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Cabang Bandung Setiabudi ?
2. Apakah ada pengaruh layanan *mobile banking* BRI terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Cabang Bandung Setiabudi ?
3. Apakah ada pengaruh layanan *mobile banking* BRI terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Cabang Bandung Setiabudi dengan kepuasan nasabah sebagai pemediasi/perantara ?

#### **D. TUJUAN PENELITIAN**

Tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh layanan *mobile banking* BRI terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Cabang Bandung Setiabudi.
2. Untuk mengetahui pengaruh layanan *mobile banking* BRI terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Cabang Bandung Setiabudi.
3. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Cabang Bandung Setiabudi.

#### **E. MANFAAT PENELITIAN**

1. Manfaat Akademis/Teoritis
  - a. Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi teori terutama mengenai layanan *mobile banking* BRI terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah.
  - b. Menambah wawasan mengenai layanan *mobile banking* BRI terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Cabang Bandung Setiabudi.
2. Manfaat Praktis
  - 1) Memberikan sumbangan pemikiran bagi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Cabang Bandung Setiabudi yang bersangkutan dalam hubungannya dengan jasa pelayanan *mobile banking* BRI.
  - 2) Sebagai input atau bahan masukan untuk perbaikan kualitas pelayanan

guna memenuhi kepuasan nasabah di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Cabang Bandung Setiabudi, sehingga dapat menentukan langkah-langkah selanjutnya yang diambil dalam mengukur kebijaksanaan dimasa yang akan datang.

**STIE Widya Wiwaha**  
**Jangan Plagiat**

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. KAJIAN PUSTAKA

##### 1. Kualitas Layanan

Kualitas layanan nasabah merupakan hal yang penting bagi Bank dalam melayani nasabah yang akan bertransaksi di Bank, dan terlebih adalah nasabah yang melakukan transaksi secara *online* karena biasanya nasabah tidak langsung bertemu dengan petugas atau pegawai Bank sehingga nasabah pasti ingin mendapatkan pelayanan yang maksimal yang diberikan perbankan kepada nasabah pada saat nasabah melakukan transaksi melalui *internet banking* ataupun transaksi *online*. Karena layanan yang diberikan kepada nasabah dari pihak Bank ini sangat berperan penting dalam kemajuan perbankan, maka setidaknya perbankan harus lebih mengoptimalkan urusan pelayanan kepada nasabahnya terlebih nasabah yang tidak bertemu secara langsung atau yang disebut dengan nasabah pengguna layanan *internet banking*. Menurut Tjiptono, Chandra dan Adriana (2008:73) menyatakan bahwa internet tetap bertahan sebagai media komunikasi dan saluran *distribusi alternative*. Selain itu menurut Irma (2006:118) bahwa kualitas layanan merupakan kemampuan suatu produk dalam memenuhi keinginan nasabah, dan buruknya kualitas layanan berkontribusi pada kurang lebih 80 persen komplain pelanggan terhadap *e-retailers*, menurut Dobie, et al., (2001) dalam Fandy Tjiptono, Gregorius Chandra dan Dadi Adriana (2008:73). Maka dari itu baiknya Bank selalu mengedepankan tentang hal pelayanan yang berkaitan langsung dengan nasabah,

karena tujuan utama dari perbankan adalah terus untuk dapat menciptakan kepuasan yang dirasakan oleh nasabahnya melalui berbagai macam transaksi yang disediakan bank. Baik itu yang secara langsung yang selalu dilakukan di Kantor Cabang Bank ataupun melalui *internet banking*.

## **2. Sistem Informasi Secara *Online***

Sistem informasi secara *online* ini bertujuan untuk memberitahukan semua informasi baik itu yang berkaitan dengan transaksi secara *online* ataupun segala informasi yang bertujuan bagi nasabah *online* maupun yang berhubungan dengan segala macam bentuk pelayanan yang disediakan perbankan yang dilakukan secara konvensional. Namun pada penelitian kali ini lebih mengacu pada nasabah secara *online* atau nasabah yang sering menggunakan transaksi *internet banking* untuk menunjang semua aktifitasnya agar tidak terganggu hanya karena masalah transaksi keuangan. Informasi yang disediakan bagi nasabah *online* harusnya lebih jelas dan mudah dimengerti bagi nasabah karena nasabah *online* ini adalah nasabah yang tidak bertemu dengan petugas Bank, sehingga mereka berharap informasi yang disediakan bank bagi nasabahnya yang melakukan transaksi *internet banking* harus jelas dan mudah dimengerti agar nasabah mudah melakukan transaksi tanpa harus mencari terlebih dahulu apa yang mereka inginkan baru kemudian melakukannya, dan harusnya tampilan yang disediakan bagi nasabah *online* harus mudah untuk dibaca. Jika sistem informasi tidak dilakukan dengan baik, maka nasabah tidak dapat percaya untuk melakukan transaksi atau untuk mengakses informasi akun rekening mereka dan beranggapan bahwa kualitas

layanan yang diberikan Bank terhadap *internet banking* buruk, menurut Jun, M., Yang, Z. and Kim, D. (2004) dalam *Michel Rod et al* (2009 : 109). Sedangkan menurut pendapat para ahli yang lain adalah, kualitas sistem informasi *online* sangat penting bagi pengguna *internet banking*, dari kualitas layanan *internet banking* secara keseluruhan. Karena sistem informasi secara *online* merupakan kunci penting dari pelayanan *internet banking* yang bank berikan kepada nasabahnya, menurut Jun, M, and Cai, S. (2001) dalam *Michel Rod et al* (2009 : 109).

### **3. Kualitas Layanan Produk Secara *Online***

Hal ini sangat erat kaitannya dengan kepuasan nasabah dalam melakukan transaksi dan memahami tentang produk–produk perbankan yang ditawarkan khususnya untuk *online banking* atau *internet banking*. Karena nasabah mengharapkan jika kualitas layanan bagi produk–produk tersebut mempunyai jaminan atas rasa kepuasan yang akan dirasakan nasabah *internet banking*. Nasabah meminta jaminan atas kepuasan pada produk *online* karena nasabah *internet banking* tidak bertatap muka secara langsung dengan petugas bank sehingga pantas jika nasabah meminta jaminan atas kepuasan bagi produk tersebut. Kualitas layanan produk secara *online* merupakan faktor penting untuk mempengaruhi anggapan nasabah terhadap kualitas layanan perbankan secara keseluruhan, menurut Jayawardhena, C. and Foley, P. (2000). Karakteristik dan fitur produk yang ditawarkan kepada nasabah harus dapat menarik lebih banyak nasabah baru, menurut Mols, N.P. (2000). Dan menurut pendapat lain, berbagai produk dengan

beragam fitur penting dapat mempengaruhi anggapan terhadap kualitas layanan *internet banking*, Jun and Cai (2001), Yang et al (2004) dalam Michel Rod et al (2009 : 109).

#### **4. Mobile Banking**

##### **a. Pengertian Mobile Banking**

*Mobile Banking* merupakan layanan perbankan yang dapat diakses langsung melalui jaringan telepon seluler/ *handphone* GSM (*Global for Mobile Communication*) atau CDMA dengan menggunakan layanan data yang telah disediakan oleh operator telepon seluler, misal Indosat, Telkomsel, dan operator lainnya. SMS merupakan pesan tertulis yang dapat diterima dan dikirim ke pengguna HP. Dengan adanya kerjasama antara bank dan operator seluler serta nasabah maka transaksi dapat dilakukan dengan mudah di mana saja yang disebut dengan *mobile banking*. Bila seseorang melakukan transaksi maka Bank akan membuat konfirmasi bahwa pada jam, hari, tanggal, tahun tertentu telah terjadi transaksi. Bila nasabah tidak merasa melakukan transaksi maka berhak membatalkan transaksi tersebut. (Supriyono, 2011: 67)

Cara kerja *M-banking* sebenarnya tidak jauh berbeda dengan pengiriman SMS biasa yang sering dilakukan. Nasabah mengirimkan SMS kepada nomor yang telah disediakan oleh pihak Bank dengan isi pesan berupa kode tertentu. Selain itu, setiap kali mengirimkan sebuah SMS, di dalam pesan yang dikirimkan ikut serta di dalamnya adalah PIN untuk mengakses M-banking tersebut. Apabila kode dan PIN yang dimasukkan benar maka permintaan transaksi akan diterima.

Sebaliknya, apabila salah satu isi pesan, baik kode pesan maupun PIN tidak sesuai maka permintaan transaksi akan ditolak. (Vyctoria, 2013: 102-103)

Kemudahan yang ditawarkan dari *Mobile banking* yaitu kemudahan dalam melakukan berbagai transaksi, mulai dari isi ulang pulsa, transfer sampai pembayaran tagihan kartu kredit yang mudah hanya dengan seperti mengirim SMS. Disisi lain dari kemudahan tersebut *Mobile banking* juga terdapat beberapa kelemahan. Salah satu kelemahan pada *Mobile banking* adanya seorang hacker untuk mendapatkan informasi *account* atau debit dan informasi kartu kredit dari pengguna. Selain kelemahan di atas juga terdapat beberapa kelemahan dalam pelayanan pada *Mobile banking* lainnya, diantaranya: (Vyctoria, 2013: 102-103)

- 1) Pengiriman pemberitahuan transaksi yang terlambat diterima oleh nasabah
- 2) Kesalahan pengiriman ke nomor lain
- 3) Tidak diterimanya pemberitahuan dari pihak bank, walaupun nasabah telah melakukan transaksi
- 4) Sampai saat ini pengiriman SMS yang masih sering tertunda atau dikenal dengan istilah pending, sehingga transaksi yang seharusnya *real time* menjadi tidak *real time* lagi. Transaksi yang dapat didukung oleh fasilitas BRI Mobile banking ini yaitu:
  - a) Registrasi dan aktivasi *Mobile Banking* BRI,
  - b) Unregister *Mobile Banking* BRI,
  - c) Ubah password *Mobile Banking* BRI,
  - d) Ubah PIN,
  - e) Tambah/Hapus Nomor Kartu,

- f) Cek Saldo,
- g) Tranfer antar rekening Bank BRI dan Bank lain
- h) Histori transaksi terakhir,
- i) Info kurs dan info produk, dll

Untuk mendapatkan fasilitas tersebut, nasabah harus mengisi surat permohonan kepada bank dan meregistrasi no. HP yang akan digunakan disamping password untuk keamanan bertransaksi. (Supriyono, 2011: 68)

Aplikasi *Mobile banking* BRI didalamnya dilengkapi dengan fitur layanan untuk isi ulang pulsa listrik dan pulsa telepon, pembayaran, mocash, pelayanan nasabah, info produk. Tampilan sign in layanan *mobile banking* BRI terdiri dari nama pengguna/user serta password *mobile banking* BRI yang dimiliki nasabah. Akun dari layanan *mobile banking* BRI didalamnya terdapat informasi tentang histori transaksi lima terakhir, melihat transaksi yang dilakukan hari ini, dan lain sebagainya.

#### **b. Pengukuran Layanan *Mobile Banking***

Pengukuran layanan *Mobile banking* menggunakan *E-S-Qual* merupakan model inti dalam melakukan pengukuran kualitas sistem elektronik. *E-S-Qual* adalah skala multi-item yang dikembangkan untuk mengukur kualitas pelayanan yang diberikan melalui situs *web e-commerce* sebagai tempat di mana pelanggan berbelanja *online* (Parasuraman dkk., 2005). Namun kemudian Parasuraman dkk. (2005) menyerukan untuk mengembangkan penelitian lebih lanjut dalam konteks lain juga, yaitu dalam konteks situs layanan murni (situs yang menawarkan layanan

informasi) (Eriksson dkk., 2007). *E-S-Qual* terdiri atas *efficiency* (kemudahan dan kecepatan mengakses situs), *fulfillment* (sejauh mana janji situs tentang ketersediaan pesanan dan ketersediaan item terpenuhi), *privacy* (sejauh mana situs tertentu akan aman dalam melindungi informasi pelanggan) dan *system availability* (fungsi teknis situs yang benar).

## 5. Kepuasan Nasabah

Nasabah adalah orang atau badan hukum yang mempunyai rekening baik rekening simpanan maupun rekening pinjaman pada pihak bank yang dapat berhubungan dengan bank atau menjadi pelanggan bank. Dengan kata lain nasabah adalah pihak atau orang yang menggunakan dan secara sengaja menjadi langganan bank yang dipercayainya. (Fauziah, 1998)

Salah satu tujuan utama perusahaan jasa dalam hal ini adalah lembaga perbankan adalah untuk meningkatkan jumlah nasabahnya baik secara kuantitas maupun kualitas. Secara kuantitas artinya jumlah nasabah bertambah cukup signifikan dari waktu ke waktu, sedangkan secara kualitas artinya nasabah yang didapat merupakan nasabah yang produktif yang mampu memberikan laba bagi bank tersebut. Untuk mencapai tujuan tersebut, dapat dilakukan dengan berbagai cara dan salah satunya adalah melalui kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah merupakan hasil penilaian nasabah terhadap apa yang diharapkannya dengan membeli dan mengkonsumsi suatu produk/jasa yang kemudian harapan tersebut dibandingkan dengan kinerja yang diterimanya dengan mengkonsumsi produk/jasa tersebut. (Rianto, 2011: 192)

Kepuasan nasabah yang dirasakan adalah tujuan utama dari pelayanan yang telah diberikan perbankan kepada nasabahnya pada saat melakukan transaksi *internet banking* ataupun transaksi yang dilakukan secara konvensional, namun kali ini lebih difokuskan pada nasabah yang melakukan transaksi pada *internet banking*. Kepuasan dapat diartikan sebagai “upaya pemenuhan sesuatu” atau “membuat sesuatu memadai”.

Berdasarkan hal tersebut, maka peneliti memberikan hipotesis pertama (Hipotesis I) sebagai berikut :

**Hipotesis I** : Diduga Mobile Banking berpengaruh positif terhadap Kepuasan Nasabah

## 6. Loyalitas Nasabah

Loyalitas adalah suatu kesetiaan, kecintaan nasabah terhadap suatu produk atau jasa yang telah mereka rasakan yang bersifat terus menerus. Setiap produk ataupun jasa memiliki keandalan masing – masing yang tidak sama atau berbeda. Hal ini dikarenakan rasa percaya dan puas setelah merasakan produk atau jasa yang dirasakannya dan menciptakan suatu perasaan percaya terhadap produk atau jasa itu sendiri. . (Rianto, 2011: 194)

Dalam dunia perbankan, loyalitas nasabah merupakan ukuran keberhasilan dalam usaha pelayanan jasa. Perusahaan akan merasa jauh lebih puas manakala dapat memenuhi kebutuhan konsumen jauh melebihi apa yang diharapkan. Ini sangat bergantung pada kualitas layanan dari pada para staf dalam memberikan pelayanan. Demikian halnya dengan dunia perbankan yang menekankan penilaian

keberhasilan pemberian pelayanan pada tamu melalui pendapat pelanggan yang diisi oleh para tamu. Dengan mengetahui kualitas layanan perbankan terkait dengan loyalitas pelanggan, perusahaan dapat mengerti secara lebih mendalam mengenai pandangan pelanggan terhadap kualitas layanan yang diberikan karyawan dan menentukan strategi yang tepat untuk meningkatkan kinerja di masa mendatang demi mencapai loyalitas pelanggan.

Berdasarkan hal tersebut, maka peneliti memberikan hipotesis II sebagai berikut :

**Hipotesis II** : Diduga Mobile Banking berpengaruh positif terhadap Loyalitas Nasabah

### 1. Hubungan Kepuasan dengan loyalitas Nasabah

Kepuasan merupakan suatu dorongan keinginan individu yang diarahkan pada tujuan untuk memperoleh kepuasan (Swastha, 2002). Pelanggan akan setia atau loyal terhadap suatu merek bila pelanggan mendapatkan kepuasan dari merek tersebut. Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, perusahaan tersebut perlu mengatur strategi pemasaran agar pelanggan tertarik terhadap produk-produk yang ditawarkan. Apabila produk tersebut memberi kepuasan bagi pelanggan, maka pelanggan akan tetap setia menggunakan merek tersebut dan berusaha untuk membatasi pembelian produk lain. Hal itu sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Maylina (2003), dimana *satisfaction* mempunyai pengaruh yang signifikan positif terhadap kesetiaan terhadap merek pada pelanggan.

Berdasarkan hal tersebut, maka peneliti memberikan hipotesis ketiga (Hipotesis III) sebagai berikut :

**Hipotesis III :** Diduga Kepuasan Nasabah berpengaruh positif terhadap loyalitas Nasabah.

## **B. Penelitian Terdahulu**

1. Penelitian Kusumaningrum, 2013, dengan judul Pengaruh Kualitas Jasa “Mobile Banking” terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Mandiri (Persero) TBK Cabang Makasar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh kualitas jasa mobile banking terhadap kepuasan nasabah pengguna jasa mobile banking. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode kuesioner, studi kepustakaan, dan wawancara dengan menggunakan skala likert, serta menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Objek dari penelitian ini adalah nasabah pengguna mobile banking dan pimpinan perusahaan serta staf PT. Bank Mandiri (Persero) TBK Cabang Makasar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas jasa mobile banking yang terdiri atas Efficiency (X1), Fulfillment (X2), Reliability (X3), dan Privacy (X4) memberikan pengaruh positif signifikan dimana jika terjadi kenaikan pada kualitas jasa mobile banking, maka kepuasan nasabah juga akan meningkat. Hasil tersebut ditunjukkan dengan persamaan analisis regresi berganda sebagai berikut:  $Y = 0,178 X1 + 0,259 X2 + 0,314 X3 + 0,207 X4$ . Variabel yang dominan mempengaruhi kepuasan nasabah adalah reliability, sebab memiliki Pvalue paling kecil yaitu 0,000 dan koefisien regresi terbesar yaitu sebesar 4,682.

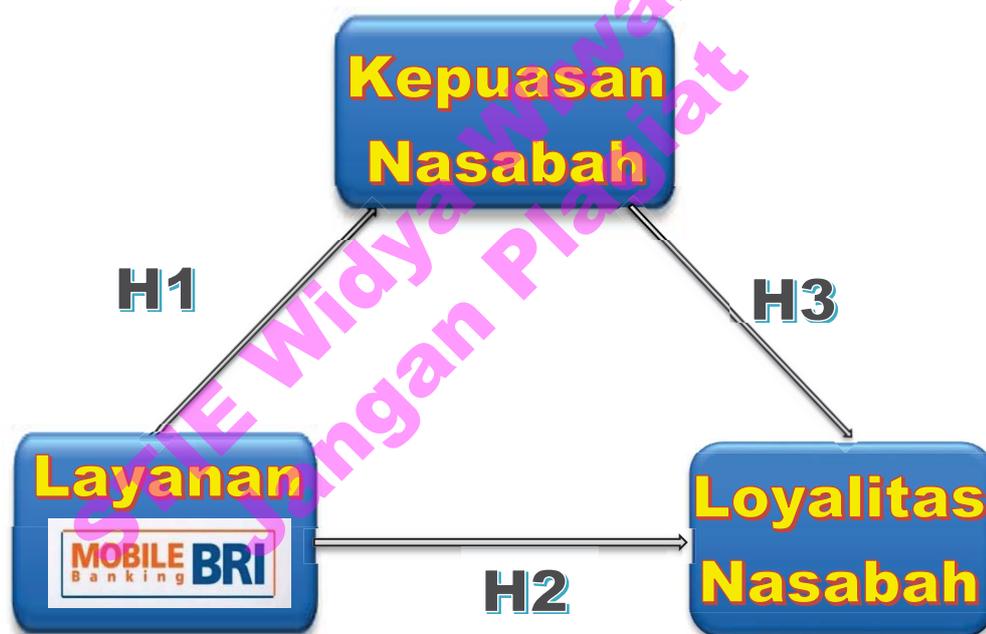
2. Penelitian Setyawan, 2015, dengan judul Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Internet Banking terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BRI Pandanaran Semarang. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa dan memperoleh bukti atas pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk internet banking terhadap kepuasan nasabah. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan analisis deskriptif persentase dan analisis regresi berganda. Obyek dari penelitian ini adalah nasabah internet banking BRI Pandanaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan memberikan pengaruh secara parsial dan simultan terhadap kepuasan konsumen, variabel kualitas produk memberikan pengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah. Hasil analisis regresi diperoleh persamaan :  $Y = 0,378 + 0,556X_1 + 0,289X_2$ . Hasil uji diperoleh thitung untuk variabel kualitas pelayanan sebesar 5,567 lebih besar dari t tabel = 1,66 dengan nilai sig = 0,000 < 0,05, untuk variabel fasilitas diperoleh t hitung sebesar -2,526 dengan signifikansi 0,013 untuk variabel kualitas produk diperoleh thitung sebesar 5,154 lebih besar dari ttabel = 1,66 dengan nilai sig = 0,000 < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Besarnya pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan nasabah termasuk cukup besar (50,5 %).

## **B. KERANGKA KONSEPTUAL**

Kerangka konsep yang peneliti rumuskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut : elemen dari kualitas pelayanan (*E-S-Qual*) yang terdiri dari *efficiency*, *fulfillment*, *privacy* dan *system availability* yang dilakukan oleh

Bank Rakyat Indonesia akan berpengaruh kepada tingkat kepuasan nasabah yang menggunakan jasa Mobile Banking. Dengan meningkatnya kepuasan nasabah pengguna Mobile Banking maka akan meningkatkan loyalitas nasabah terhadap Bank Rakyat Indonesia. Untuk menganalisa adanya pengaruh tersebut, dilakukan analisa Path Analysis/Analisa Jalur.

Gambar berikut akan menampilkan secara detail dan jelas tentang kerangka pemikiran penelitian tersebut:



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

### **BAB III**

#### **METODE PENELITIAN**

##### **A. Jenis Penelitian**

Jenis Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono, (2006) Penelitian kuantitatif, adalah penelitian dengan memperoleh data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan dan Penelitian kualitatif, data kualitatif adalah data yang berbentuk kata, skema, dan gambar.

Berdasarkan hal tersebut di atas, maka penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif, data yang diperoleh dari sampel populasi penelitian dianalisis sesuai dengan metode statistik yang digunakan kemudian diinterpretasikan.

##### **B. Populasi dan Sampel**

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah BRI yang menggunakan *mobile banking* BRI (transfer dana, pembayaran dan lain sebagainya). Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling*, dimana semua populasi tidak memiliki peluang yang sama untuk menjadi responden dan pengambilan sampel didasarkan pada pertimbangan peneliti (Simamora, 2004, p.197).

Responden dalam penelitian ini adalah nasabah BRI yang menggunakan jasa *mobile banking* BRI di BRI Cabang Bandung Setiabudi dalam penelitian ini sejumlah 200 orang.

### C. Definisi Operasional

Penelitian ini menggunakan 2 variabel yang terdiri dari variabel bebas dan variabel terikat. Kedua variabel ini akan diuji hubungan dan pengaruhnya antara variabel yang satu (bebas) terhadap variabel lainnya (variabel terikat), sehingga akan dapat disimpulkan bahwa pengaruh yang terjadi antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya signifikan. Selain itu persamaan yang akan diperoleh menjadi suatu persamaan yang tidak bias dan handal.

Untuk memudahkan pelaksanaan penelitian ini dan tidak menimbulkan persepsi yang lain, variabel yang digunakan terdiri dari variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Secara rinci, definisi operasional untuk masing-masing variabel sebagai berikut:

#### 1. Layanan Mobile banking BRI (X)

##### a. *Elektronik System Quality*

- 1) Kemudahan dalam mengakses situs mobile banking BRI (X1)
- 2) Kecepatan mengakses situs mobile banking BRI (X2)
- 3) Sejauh mana janji situs tentang ketersediaan pesanan (X1)
- 4) Ketersediaan item terpenuhi (X2)
- 5) Sejauh mana situs tertentu akan aman dalam melindungi informasi pelanggan (X3)
- 6) Kemampuan situs untuk mengatur informasi mengenai nasabah agar aman. (X4.)
- 7) Fungsi teknis situs yang benar (X5)
- 8) Sistem *mobile banking* BRI mudah digunakan (X5)

## 2. Variable terikat /endogen (Y)

### a. *Customer satisfaction* (Y1)

- 1) Nasabah telah mendapatkan jasa pelayanan sesuai dengan harapan (Y1.1)
- 2) Kualitas pelayanan dan fasilitas yang disediakan sesuai dengan harapan pelanggan. (Y1.2)
- 3) Kinerja actual pelayanan *mobile banking BRI* pada sejumlah atribut penting telah sesuai dengan harapan pelanggan (Y1.3)

### b. Loyalitas konsumen (Y2)

- 1) Selalu menggunakan *mobile banking BRI* (Y2.1)
- 2) Rekomendasi kepada orang lain (Y2.2)
- 3) Menolak *mobile banking* bank lain (Y2.3)

## D. Sumber data

Untuk memperoleh data dalam penelitian ini, penulis menggunakan sumber data, adapun jenis data dalam penelitian ini meliputi :

### 1. Data Primer

Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli, yaitu jawaban atas wawancara atau tanya jawab langsung dan dipandu melalui pertanyaan-pertanyaan yang sesuai dengan penelitian yang dipersiapkan sebelumnya dan observasi dari *mobile banking BRI* dan nasabah pengguna *mobile banking BRI* di Kantor Cabang BRI Bandung Setiabudi.

## 2. Data sekunder :

Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung namun melalui media perantara. Peneliti memperoleh data sekunder melalui beberapa sumber informasi antara lain dokumen arsip data dan Profil BRI Cabang Bandung Setiabudi .

### **E. Metode Pengumpulan Data**

1. Observasi, yaitu Peneliti mengumpulkan data melalui pengamatan langsung di tempat penelitian. Peneliti mengamati kegiatan pelayanan *mobile banking* BRI di wilayah kerja BRI Cabang Bandung Setiabudi yang terdiri dari nasabah kantor cabang, kantor cabang pembantu, kantor kas dan BRI Unit. Hasil pengamatan digunakan peneliti sebagai informasi tambahan dalam penelitian.
2. Kuesioner, digunakan untuk menghimpun data secara langsung dari nasabah BRI (responden) yang menggunakan *mobile banking* BRI dengan pertanyaan atau pernyataan yang tertutup (jawaban sudah disediakan pada angket, responden tinggal memilih jawaban tersebut sesuai dengan pilihannya).
3. Dokumentasi yaitu pengambilan sebuah data melalui dokumen- dokumen, foto-foto, arsip atau surat-surat yang diperlukan.

### **F. Instrumen Penelitian**

Instrumen penelitian adalah suatu alat atau fasilitas yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan hasilnya

lebih baik (cermat, lengkap dan sistematis) sehingga lebih mudah diolah (Sugiyono, 2006).

Instrumen atau alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner mendalam berisi daftar pertanyaan tertutup terkait dengan pengaruh pelayanan *mobile banking* BRI terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah BRI serta alat tulis.

#### **G. Teknik Analisis Data**

Data atau informasi yang dikumpulkan dari responden merupakan pernyataan/pertanyaan berupa kalimat (data kualitatif). Agar dapat diolah dalam bentuk angka (kuantitatif), maka data tersebut harus di ordinalkan, kemudian di ranking dengan menggunakan teknik skoring. Teknik skoring yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert, yaitu jawaban pernyataan-pernyataan dalam angket diberikan lima pilihan skor. Skala likert ini digunakan untuk mengukur sikap pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2006:86).

Urutan skala likert atas jawaban responden yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. skor 1 = Sangat Tidak Setuju
2. skor 2 = Tidak Setuju
3. skor 3 = Cukup Setuju
4. skor 4 = Setuju
5. skor 5 = Sangat Setuju

Untuk menguji hipotesisnya, dalam penelitian ini, analisis data yang akan digunakan adalah sebagai berikut:

#### 1. Analisis Kualitatif

Sugiyono (2006:13) mendefinisikan bahwa analisis kualitatif yaitu menganalisis data yang berbentuk kata, kalimat, skema dan gambar. Analisis kualitatif ini untuk menguraikan jawaban responden atas pernyataan (kuesioner) yang berhubungan dengan Layanan *mobile banking* BRI terhadap kepuasan dan loyalitas pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Cabang Bandung Setiabudi.

#### 2. Analisis kuantitatif

Sugiyono (2006:14) menjelaskan bahwa analisis kuantitatif adalah analisis yang bersifat hitungan berupa angka dengan menetapkan rumus-rumus statistik untuk menguji kebenaran data, teori dan hipotesis. Analisis kuantitatif yang digunakan sebagai berikut:

##### a. Uji Validitas

Menurut Soetrisno Hadi (dalam Anton, 2006: 68), uji validitas dipakai untuk mengukur seberapa cermat suatu test melakukan fungsi ukurnya atau telah benar-benar dapat mencerminkan variabel yang diukur. Teknik korelasi yang digunakan *Korelasi Product Moment*, dengan rumus validitas instrument sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{|\sum X^2 - (\sum X)^2| \quad | \sum Y^2 - (\sum Y)^2 |}}$$

Keterangan:

$r_{xy}$  : Koefisien Korelasi antara x dan y

n : Jumlah Data

$\Sigma X$  : Jumlah Skor Butir (masing-masing variabel)

$\Sigma y$  : Jumlah Skor Total

$\Sigma xy$  : Jumlah Perkalian Skor Butir dengan Skor Total

$\Sigma x^2$  : Jumlah kuadrat skor butir

$\Sigma y^2$  : Jumlah kuadrat skor total

Setelah diperoleh hasil  $r_{xy}$ , selanjutnya dibandingkan dengan  $r_{tabel}$  dengan  $\alpha$  5% (tingkat kesalahan yang ditoleransi sebesar 0,05). Jika  $r_{xy} > r_{tabel}$  atau nilai signifikansinya kurang dari 0,05, maka angket tersebut dinyatakan valid dan dapat dijadikan sebagai alat analisa. Apabila  $r_{xy} < r_{tabel}$  atau nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05, maka angket tersebut dinyatakan tidak valid dan tidak dapat dijadikan sebagai alat analisa.

#### b. Uji Reliabilitas

Untuk mengetahui reliabilitasnya (uji reliabilitas) digunakan rumus sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ \frac{1 - \sum a_b^2}{a_t^2} \right]$$

Dimana:

$r_{11}$  = Reliabilitas instrument

k = Banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum a_b^2$  = Jumlah varians tiap butir

$a_t^2$  = varians total

Sebelum memperoleh  $r$ , terlebih dahulu harus ditemukan varians tiap butirnya ( $\alpha$ ). Langkah-langkahnya sebagai berikut:

1) Rumus yang digunakan sebagai berikut:

$$a_b^2 = \frac{\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{N}}{N}$$

- 2) Mencari jumlah varians dengan jalan menjumlahkan varians tiap butir.
- 3) Mencari reliabilitas dengan rumus alpha. Setelah diperoleh hasil  $r_{11}$ , selanjutnya dibandingkan dengan  $r_{tabel}$  dengan taraf kebenaran 95% (tingkat kesalahan yang ditoleransi ( $\alpha$ ) 5% atau 0,05). Jika  $r_{11} > r_{tabel}$ , maka angket tersebut dinyatakan reliable dan dapat dijadikan sebagai alat analisa. Apabila  $r_{11} < r_{tabel}$ , maka angket tersebut dinyatakan tidak reliable dan tidak dapat dijadikan sebagai alat analisa.

#### c Analisis Jalur (Path)

Analisis jalur yang dilakukan dengan analisis Regresi Linear Berganda dengan dua tahap, hal ini dimaksudkan untuk mengetahui keeratan pengaruh yang ada diantara kedua variabel dan mediatornya. Metode regresi linier ini juga dapat digunakan untuk peramal dengan menggunakan data berkala (*timeseries*).

## 1) Rumus Linear Berganda Tahap I :

$$Y_1 = \beta_1 X_1 + e_1$$

Keterangan :

Y<sub>1</sub> = Kepuasan NasabahB<sub>1</sub>- = Koefisien RegresiX<sub>1</sub> = Kualitas Pelayanan Mobile Bankinge = *Error Term*, yaitu tingkat kesalahan penduga

## 2) Regresi Linear Berganda Tahap II (Analisis Jalur)

Pada analisis regresi tahap 2 digunakan untuk mengetahui pengaruh langsung dari variabel kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah di BRI Kantor Cabang Setiabudi. Model hubungan variabel-variabel tersebut dapat disusun dalam fungsi atau persamaan sebagai berikut:

$$Y_2 = \beta_2 X_1 + \beta_3 Y_1 + e_2$$

Keterangan :

Y<sub>2</sub> = Loyalitas NasabahY<sub>1</sub> = Kepuasan NasabahB<sub>2</sub>- β<sub>3</sub> = Koefisien Regresi

X = Layanan Mobile Banking

#### d. Uji $t$ (Parsial)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui signifikan pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial.  $t$ -test bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independen secara individual (parsial) terhadap variabel dependen (Nugroho, 2005:54). Adapun langkah-langkahnya yaitu:

1) Merumuskan hipotesis operasional, yaitu  $H_0$  dan  $H_a$

$H_0$ : Tidak ada pengaruh signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial

$H_a$ : Ada pengaruh signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial

2) Menetapkan taraf signifikansi ( $\alpha$ ) yaitu  $5\% = 0,05$

3) Membuat kesimpulan

Jika  $p \leq \alpha = H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya ada pengaruh signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial.

4). Melakukan perhitungan sesuai dengan pendekatan statistika yang dipergunakan, yaitu dengan menggunakan *analysis of variance* (ANOVA) pada program SPSS.

#### e. Pengujian Hipotesis

Selanjutnya untuk menguji hipotesis dilakukan dengan langkah-langkahnya sebagai berikut :

1) Merumuskan Hipotesis Ho dan Ha

Hipotesis nol yang digunakan adalah :

Ho: Tidak ada pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Ha: Ada pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

2) Menghitung harga uji statistik t dan Uji F

3) Menetapkan tingkat signifikansi ( $\alpha$ ), yaitu  $\alpha = 5\%$  atau 0,05.

4) Membuat kesimpulan :

- Ho ditolak jika taraf signifikansi hasil pengujian  $\leq 0,05$  yang berarti ada pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.
- Ho diterima jika taraf signifikansi hasil pengujian  $\geq 0,05$  yang berarti tidak ada pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Untuk pengujian harus dilakukan dengan uji t statistik (t tes) dengan derajat kebebasan N-2 (Gujarati, 1995 : 189). Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Perusahaan

##### 1. Sejarah berdirinya Perusahaan.

PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk adalah sebagai salah satu bank BUMN milik pemerintah yang terbesar di Indonesia. Pada awalnya PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk didirikan di Purwokerto, Jawa Tengah oleh Raden Bei Aria Wirjaatmadja dengan nama *De Poerwokertosche Hulp en Spaarbank der Inlandsche Hoofden* atau “Bank Bantuan dan Simpanan Milik Kaum Priyayi Purwokerto” adalah lembaga keuangan yang melayani orang-orang berkebangsaan Indonesia (Pribumi). Lembaga tersebut berdiri pada tanggal 16 Desember 1895, yang kemudian dijadikan sebagai hari kelahiran BRI.

Setelah periode kemerdekaan RI, berdasarkan peraturan pemerintah No.1 tahun 1946 pasal 1 disebutkan bahwa BRI adalah sebagai Bank Pemerintah pertama di Republik Indonesia. Dalam masa perang mempertahankan kemerdekaan pada tahun 1948, kegiatan BRI sempat terhenti untuk sementara waktu dan baru mulai aktif kembali setelah perjanjian Renville pada tahun 1949 dengan berubah nama menjadi Bank Indonesia Serikat (BIS). Pada waktu itu PERPU No. 4 tahun 1960 dibentuklah Koperasi Tani dan Nelayan (BKTN) yang merupakan peleburan dari BRI, Bank Tani Nelayan dan *Nederlandsche Maatschappij* (NHM). Kemudian berdasarkan Penetapan

Presiden (Penpres) No. 9 tahun 1965 BKTN diintegrasikan kedalam Bank Indonesia dengan nama Bank Indonesia Urusan Koperasi Tani dan Nelayan.

Setelah berjalan selama satu bulan, keluar perpres No. 17 tahun 1965 tentang pembentukan bank tunggal dengan nama Bank Negara Indonesia. Dalam ketentuan baru itu, Bank Urusan Koperasi Tani dan Nelayan (eks BKTN) diintegrasikan dengan nama Bank Negara Indonesia unit II bidang rural, sedangkan *Nederlandsche Maatschappi* (NHM) menjadi Bank Negara Indonesia unit bidang ekspor impor (Exim). Berdasarkan Undang-Undang No. 14 tahun 1967 tentang undang-undang pokok perbankan dan Undang-Undang No. 13 tahun 1968 tentang Undang-Undang Bank Sentral, yang intinya mengembalikan fungsi Bank Indonesia sebagai Bank Sentral dan Bank Negara Indonesia unit II bidang rural dan ekspor impor dipisahkan masing-masing menjadi dua Bank yaitu Bank Rakyat Indonesia dan Bank Ekspor Impor Indonesia. Selanjutnya berdasarkan Undang-Undang No.21 tahun 1968 menetapkan kembali tugas-tugas pokok BRI sebagai bank umum.

Sejak 1 Agustus 1992 berdasarkan Undang-Undang Perbankan No.7 tahun 1992 dan Peraturan Pemerintah RI No.21 tahun 1992 status BRI berubah menjadi perseroan terbatas (PT). Pada awal perubahan menjadi Perseroan Terbatas (PT) kepemilikan saham BRI 100% dikuasai oleh pemerintah Indonesia. Kemudian pada tahun 2003 pemerintah menjual sahamnya sebesar 30 % kepemilikannya melalui IPO sehingga BRI menjadi perusahaan publik dengan Nama resmi bank BRI menjadi PT.Bank Rakyat

Indonesia (Persero) Tbk, dan nama tersebut masih digunakan sampai dengan sekarang.(www.sumbersejarah.com).

## **2. Visi dan Misi perusahaan.**

Visi BRI : Menjadi bank komersial terkemuka yang selalu mengutamakan kepuasan nasabah.

Misi BRI :

- a. Melakukan kegiatan perbankan yang terbaik dengan mengutamakan Pelayanan kepada usaha mikro, kecil, dan menengah untuk menunjang peningkatan ekonomi masyarakat.
- b. Memberikan pelayanan prima kepada nasabah melalui jaringan kerja yang tersebar luas dan didukung oleh sumber daya manusia yang profesional dan teknologi informasi yang handal dengan melaksanakan manajemen risiko serta praktik *Good Corporate Governance* (GCG) yang sangat baik.
- c. Memberikan keuntungan dan manfaat yang optimal kepada pihak-pihak yang berkepentingan (*stakeholders*).

## **3. BRI Mobile Banking**

BRI Mobile adalah suatu aplikasi yang mengintegrasikan beberapa aplikasi *e-banking* BRI yang dapat diakses melalui smartphone (iPhone, BlackBerry, dan Android) beserta aplikasi tambahan lainnya. Aplikasi yang terdapat dalam BRI Mobile di antaranya adalah Mobile Banking BRI, Internet Banking BRI, Call BRI, serta Info BRI.

Gambar 4.1. BRI Mobile Banking



Syarat & Ketentuan:

- a. Memiliki rekening simpanan di Bank BRI (Tabungan BRI BritAma, Tabungan BRI SIMPEDES, Tabungan BRI JUNIO, Giro BRI) dan kartu ATM BRI yang masih aktif.
- b. Telah melakukan registrasi Mobile Banking BRI dan Internet Banking BRI melalui ATM dan Unit kerja BRI untuk dapat melakukan transaksi finansial.

Fitur-fitur yang terdapat dalam BRI Mobile adalah sebagai berikut:

- a. Cek saldo atau mutasi rekening
- b. Transfer sesama BRI atau bank lain, baik Prima, Bersama, maupun Link
- c. Pembayaran, seperti *mutifinance*, PLN, Telkom, kartu kredit, cicilan, dan lain-lain
- d. Pembelian, dari mulai beli pulsa, *mobile cash*, hingga *top up* Brizzi
- e. Layanan ganti PIN dan registrasi
- f. Menyimpan riwayat transaksi
- g. Menjadwalkan pembayaran
- h. Membatasi transfer atau limitasi sampai Rp 1 miliar

- i. Menyimpan notifikasi transaksi
- j. Cari informasi keberadaan ATM
- k. Cari informasi *merchant* E-Pay, seperti Tiket.com, Kereta Api Indonesia, Citilink, Blibli, hingga Electronic Solution
- l. Informasi produk bank BRI, misalnya deposito pun bisa didapatkan, bahkan bisa juga langsung melakukan registrasi rekeningnya di aplikasi ini

## B. Hasil Penelitian

### 1. Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini meliputi:

#### a. Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dikelompokkan menjadi Pria dan Wanita. Berdasarkan data hasil penelitian yang diperoleh dari 200 responden yang berkaitan dengan jenis kelamin, diperoleh data yang dapat penulis sajikan sebagai berikut :

**Tabel 4.1**

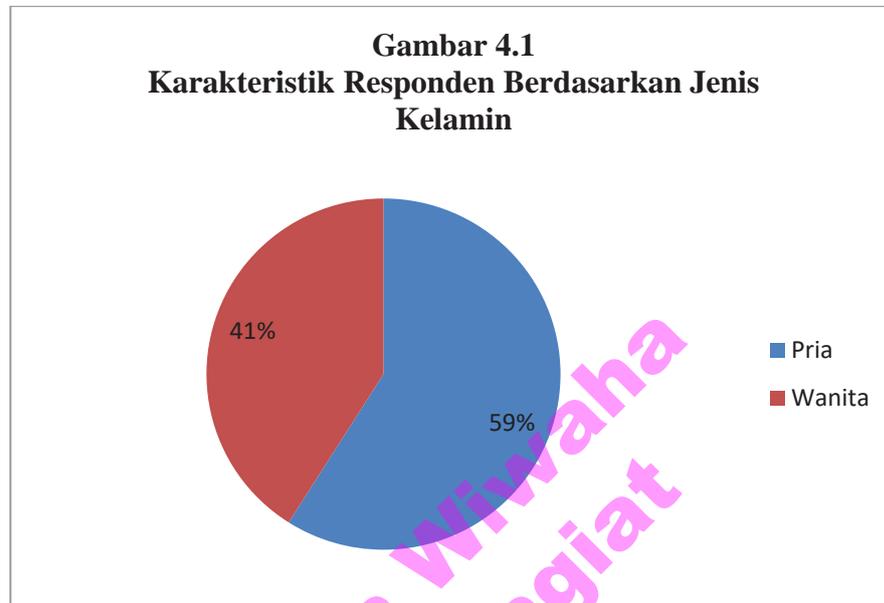
#### **Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin**

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase (%)</b>
Pria	118	59%
Wanita	82	41%
<b>Total</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data Primer diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 4.1 di atas, dapat dikatakan bahwa responden dalam penelitian yang merupakan nasabah *Mobile Banking* BRI berjenis kelamin pria sebanyak 118 orang dan responden berjenis kelamin wanita sebanyak

82 orang. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa sebagian besar nasabah berjenis kelamin pria, atau dapat digambarkan sebagai berikut:



Sumber : Data Primer diolah, 2018

b. Usia

Usia responden ini dapat mendeskripsikan keadaan responden yang menjadi sampel dalam penelitian, yakni nasabah *mobile banking* BRI. Berdasarkan data hasil penelitian yang diperoleh dari 200 responden yang berkaitan dengan usia, diperoleh data yang dapat penulis sajikan sebagai berikut :

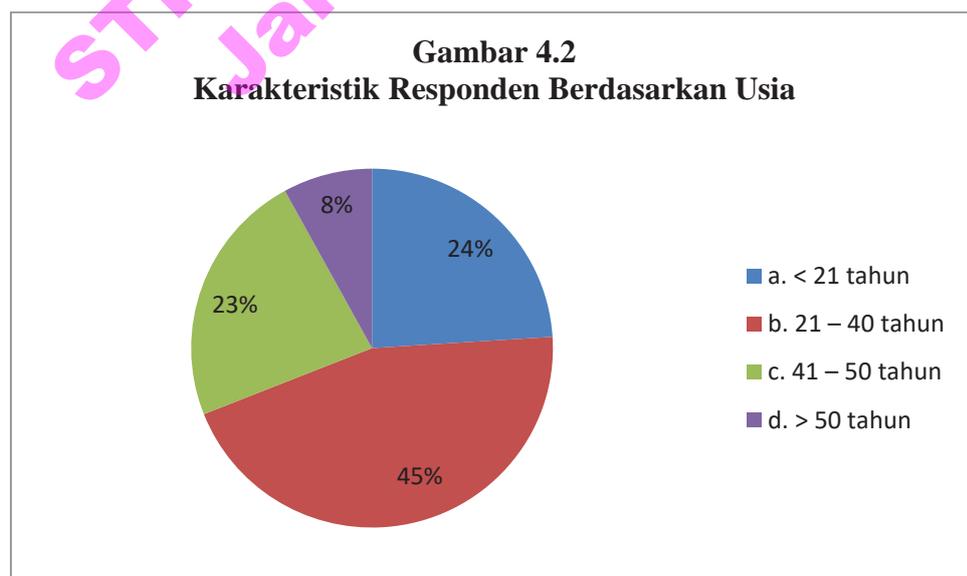
Tabel 4.2

## Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Presentase (%)
a. < 21 tahun	48	48%
b. 21 – 40 tahun	90	90%
c. 41 – 50 tahun	46	46%
d. > 50 tahun	16	16%
<b>Total</b>	<b>200</b>	<b>200%</b>

Sumber : Data Primer diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 4.2 di atas, dapat dikatakan bahwa responden dalam penelitian yang merupakan nasabah *Mobile Banking* BRI berusia kurang dari 20 tahun sebanyak 48 orang, usia 21-40 tahun sebanyak 90 orang, responden dengan 41 – 50 tahun sebanyak 46 orang dan responden dengan usia di atas 50 tahun sebanyak 16 orang. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa usia responden sebagian besar di antara 21 - 40 tahun, atau dapat digambarkan sebagai berikut:



Sumber : Data Primer diolah, 2018

c. Pekerjaan

Usia responden ini dapat mendeskripsikan keadaan responden yang menjadi sampel dalam penelitian, yakni nasabah *Mobile Banking* BRI. Berdasarkan data hasil penelitian yang diperoleh dari 200 responden yang berkaitan dengan pekerjaan, diperoleh data yang dapat penulis sajikan sebagai berikut :

Tabel 4.3

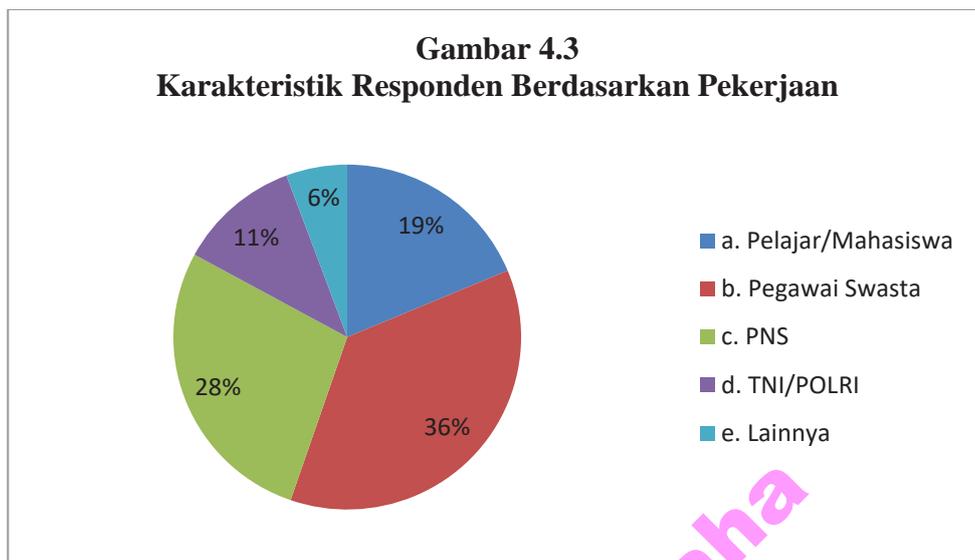
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

<b>Pekerjaan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase (%)</b>
a. Pelajar/Mahasiswa	46	46%
b. Pegawai Swasta	90	90%
c. PNS	68	68%
d. TNI/POLRI	28	28%
e. Lainnya	14	14%
<b>Total</b>	<b>200</b>	<b>200%</b>

Sumber : Data Primer diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 4.3 di atas, dapat dikatakan bahwa responden dalam penelitian yang merupakan nasabah *Mobile Banking* BRI memiliki pekerjaan sebagai Pelajar/Mahasiswa sebanyak 46 orang, pekerjaan pegawai swasta sebanyak 90 orang, PNS sebanyak 68 orang, TNI/POLRI sebanyak 28 orang dan lainnya sebanyak 14 orang. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pekerjaan responden sebagian besar adalah pegawai swasta, atau dapat digambarkan sebagai berikut:

**Gambar 4.3**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**



Sumber : Data Primer diolah, 2018

## 2. Uji Validitas Data

Uji validitas dihitung berdasarkan korelasi antara skor tiap butir dengan skor total indikator. Hasil dari uji validitas dapat dilihat dalam tabel berikut ini

Tabel 4.4

Hasil Uji Validitas

No	Variabel	Kode Pertanyaan	Pearson's Correlations	r tabel	Keterangan
1	Layanan <i>Mobile Banking</i> BRI (X)	X1	0,665	0,404	Valid
		X2	0,718	0,404	Valid
		X3	0,822	0,404	Valid
		X4	0,450	0,404	Valid
		X5	0,665	0,404	Valid
		X6	0,722	0,404	Valid
		X7	0,705	0,404	Valid
		X8	0,652	0,404	Valid
4	Kepuasan (Y1)	Y1.1	0,675	0,367	Valid
		Y1.2	0,891	0,367	Valid
		Y1.3	0,809	0,367	Valid
3	Kinerja (Y2)	Y2.1	0,801	0,367	Valid
		Y2.2	0,740	0,367	Valid
		Y2.3	0,768	0,367	Valid

Sumber : Data Primer diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 4.4, maka dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan dalam kuisioner pada semua variable baik bebas maupun terikat adalah valid, karena setiap butir pertanyaan dalam kuisioner memiliki  $r$  hitung  $> r$  tabel. Dengan demikian, item-item pertanyaan yang diberikan dalam kuisioner ini telah memenuhi syarat valid dan dapat diikuti sertakan dalam analisis data selanjutnya.

### 3. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah tingkat kestabilan suatu alat ukur dalam mengukur suatu gejala. Reliabilitas menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulangi dua kali atau lebih. Pada penelitian ini pengujian reliabilitas menggunakan nilai Alpha Cronbach. Menurut Rangkuti (2002) hasil pengukuran dikatakan reliabel jika memiliki nilai Alpha Cronbach minimal sebesar 0,6.

Tabel 4.5  
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Kesimpulan
Kualitas	0,760	Reliabel
Kepuasan	0,848	Reliabel
Loyalitas	0,832	Reliabel

Sumber : Data Primer diolah, 2018

#### 4. Deskripsi Variabel Layanan *Mobile Banking* BRI (X)

Hasil analisis deskriptif variabel Layanan *Mobile Banking* BRI (X) berupa proporsi jawaban responden pada alternatif jawaban untuk setiap butir pertanyaan pada tabel berikut.

Tabel 4.6.

Deskripsi Variabel Kualitas Layanan *Mobile Banking* BRI (X)

No	Dimensi	Rata-Rata
1	Kemudahan dalam mengakses situs <i>mobile banking</i> BRI	4,14
2	Kecepatan mengakses situs <i>mobile banking</i> BRI	4,22
3	Kemudahan dalam pemilihan menu transaksi	4,68
4	Ketersediaan menu transaksi terpenuhi	4,56
5	Perlindungan informasi data nasabah pada <i>mobile banking</i>	4,35
6	Kemampuan <i>mobile banking</i> untuk mengatur informasi transaksi agar aman.	4,85
7	Fungsi teknis menu <i>mobile banking</i> yang benar	4,96
8	Sistem <i>mobile banking</i> BRI mudah digunakan	4,31
<b>Total Rata-Rata Layanan <i>Mobile Banking</i> BRI</b>		<b>4,51</b>

Sumber: Data diolah, 2018

Berdasarkan pada Tabel 4.6 diatas dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan tergolong dipersepsikan sangat baik oleh responden. Hal ini dilihat dari nilai skor rata-rata variabel kualitas Pelayanan sebesar 4,51 yang dikategorikan sangat baik.

## 5. Deskripsi Variabel Kepuasan *Mobile Banking* BRI (Y1)

Tabel 4.7

Deskripsi Variabel Kepuasan *Mobile Banking* BRI (Y1)

No	Dimensi	Rata-Rata
1	Nasabah telah mendapatkan jasa pelayanan sesuai dengan harapan	4,54
2	Kualitas pelayanan dan fasilitas yang disediakan sesuai dengan harapan pelanggan.	4,42
3	Kinerja actual pelayanan <i>mobile banking</i> BRI pada sejumlah atribut penting telah sesuai dengan harapan pelanggan	4,55
<b>Total Rata-Rata Kepuasan <i>Mobile Banking</i> BRI</b>		<b>4,52</b>

Sumber: Data diolah, 2018

Memperhatikan informasi pada Tabel 4.7 di atas dapat diketahui bahwa kepuasan nasabah tergolong dipersepsikan sangat baik oleh responden. Hal ini dilihat dari nilai skor rata-rata variabel kualitas pelayanan *Mobile Banking* BRI sebesar 4,52 dinilai sangat baik, ini artinya pelayanan yang diberikan *Mobile Banking* BRI di Kanca Setiabudi telah sesuai dengan kinerja dan harapan nasabah.

## 6. Deskripsi Variabel Loyalitas Nasabah *Mobile Banking* BRI (Y2)

Tabel 4.8

Deskripsi Variabel Loyalitas Nasabah *Mobile Banking* BRI (Y2)

No	Dimensi	Rata-Rata
1	Selalu menggunakan <i>mobile banking</i> BRI	4,69
2	Rekomendasi kepada orang lain	4,62
3	Menolak <i>mobile banking</i> BRI bank lain	4,60
<b>Total Rata-Rata Loyalitas Nasabah <i>Mobile Banking</i> BRI</b>		<b>4,64</b>

Sumber: Data diolah, 2018

Berdasarkan informasi pada Tabel 4.8 di atas dapat diketahui bahwa Loyalitas nasabah tergolong dipersepsikan sangat baik oleh responden. Hal ini

dilihat dari nilai skor rata-rata variabel kualitas layanan *Mobile Banking* BRI sebesar 4,64 artinya pelayanan *Mobile Banking* BRI sesuai dengan kinerja dan harapan sehingga nasabah akan berulang kali melakukan transaksi dan memberikan informasi kepada orang lain.

## 5. Hasil Analisis Jalur

Dalam penelitian ini digunakan analisis jalur (*path analysis*) untuk menguji pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah *Mobile Banking* BRI. Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan program SPSS dapat diketahui hasil regresi untuk sub-struktur 1 dan sub-struktur 2, seperti disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4.9  
Hasil Regresi Struktur 1

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.323	1.395		2.383	0.018
Layanan M Banking	0.284	0.039	0.463	7.355	0.000
R = 0,463					
R <sup>2</sup> = 0,215					
F = 54,092, sig. 0,000					

a. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber: Data diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.9 hasil regresi struktur 1 diatas memberikan pengertian bahwa kualitas pelayanan nasabah *Mobile Banking* BRI bernilai positif. Dalam

penelitian ini konstanta menunjukkan angka yang signifikan karena lebih kecil dari 0,05, hal ini dapat diketahui bahwa ada pengaruh antara kualitas layanan nasabah dengan kepuasan nasabah.

Tabel 4.10  
Hasil Regresi Struktur 2

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.216	1.202		1.012	.313
	Layanan M Banking	.221	.037	.374	5.979	.000
	Kepuasan	.348	.060	.360	5.756	.000
R = 0,628						
R <sup>2</sup> = 0,394						
F = 64.156, sig. 0,000						

a. Dependent Variable: Loyalitas

Sumber: Data diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.10 hasil regresi struktur 2 diatas memberikan pengertian bahwa kualitas pelayanan nasabah *Mobile Banking* BRI bernilai positif. Dalam penelitian ini konstanta menunjukkan angka yang signifikan karena lebih kecil dari 0,05, hal ini dapat diketahui bahwa ada pengaruh antara kualitas layanan nasabah dengan loyalitas nasabah *Mobile Banking* BRI dimediasi kepuasan nasabah *Mobile Banking* BRI.

## 6. Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis diuji dengan t-test pada masing-masing jalur pengaruh langsung secara parsial. Hasil analisis secara ringkas analisis jalur dapat dilihat pada Tabel 4.6, yang menyajikan hasil pengujian hipotesis pengaruh langsung.

Tabel 4.11

## Hasil Pengujian Hipotesis

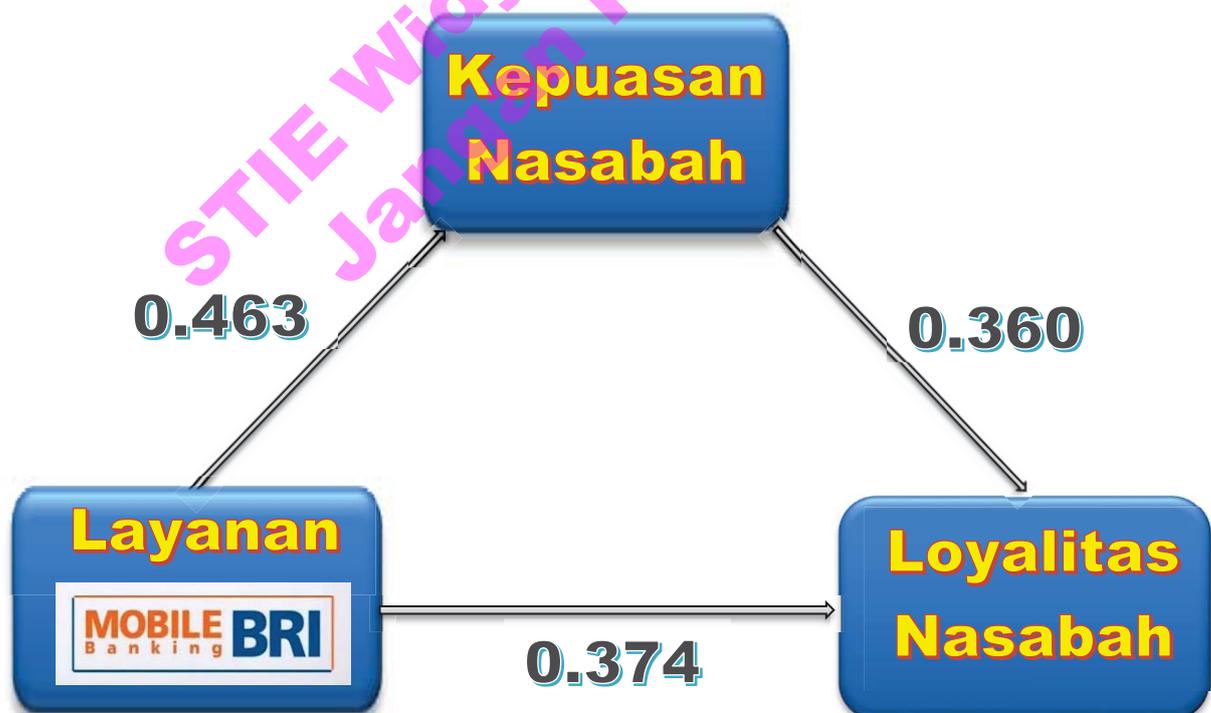
Hubungan antar Variabel	Koefisien Jalur (Standardize)	p-value	Ket.
Layanan (X) → Kepuasan Nasabah (Y1)	0.463	0.000	Sig.
Layanan (X) → Loyalitas Nasabah (Y2)	0.374	0.000	Sig.
Kepuasan Nasabah (Y1) → Loyalitas Nasabah (Y2)	0.360	0.000	Sig.

. Sumber: Data diolah, 2018

Hasil pengujian hipotesis jalur-jalur pengaruh langsung juga dapat dilihat pada gambar diagram jalur sebagai berikut:

Gambar 4.1

## Diagram Jalur Pengaruh Langsung



Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara statistik pada Tabel 4.11 dan Gambar 4.1 maka didapatkan sebagai berikut:

**H1: Pengaruh Layanan *Mobile Banking* BRI Terhadap Kepuasan Nasabah**

Hasil analisis diperoleh koefisien jalur bertanda positif sebesar 0,463 dengan  $p= 0,000$  lebih kecil dari  $\alpha (0,05)$ . dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan *Mobile Banking* BRI berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan. Hipotesis 1 terbukti dengan mengetahui koefisien jalur bertanda positif, maka dapat diartikan bahwa semakin baik kualitas layanan (X1) maka kepuasan (Y1) juga semakin baik atau semakin puas.

**H2: Pengaruh Layanan *Mobile Banking* BRI Terhadap Loyalitas Nasabah *Mobile Banking* BRI**

Hasil analisis diperoleh koefisien jalur sebesar 0,374 dengan  $p= 0,000$  lebih kecil dari  $\alpha (0,05)$ , sehingga dikatakan signifikan. Dengan demikian hipotesis II terbukti. Mengingat koefisien jalur bertanda positif, dapat diartikan bahwa semakin baik Layanan *Mobile Banking* BRI (X) maka loyalitas Nasabah (Y2) juga semakin baik.

**H3: Pengaruh Kepuasan nasabah terhadap Loyalitas Nasabah.**

Hasil analisis diperoleh koefisien jalur sebesar 0.360 dengan  $p= 0,000$  lebih kecil dari  $\alpha (0,05)$ , sehingga dikatakan signifikan. Dengan demikian hipotesis III terbukti dengan mengetahui hasil koefisien jalur bertanda positif, dapat diartikan

bahwa semakin baik Kepuasan Nasabah (Y1) maka Loyalitas Nasabah (Y2) juga semakin baik. atau semakin loyal.

### Uji $R^2$

Berdasarkan Hasil regresi sub struktur 1 dan sub struktur 2 diketahui nilai  $R^2$  masing-masing variabel endogen, yaitu: Kepuasan *Mobile Banking* BRI (Y1) diperoleh  $R^2$  sebesar 0,215, dan untuk variabel Loyalitas nasabah *Mobile Banking* BRI (Y2) diperoleh  $R^2$  sebesar 0,394. Selanjutnya maka dapat dihitung nilai *predictive-relevance*, dengan rumus sebagai berikut:

$$R^2_M = 1 - (1 - R_1^2) (1 - R_2^2)$$

$$R^2_M = 1 - (1 - 0,215) (1 - 0,394)$$

$$= 1 - (0,785 \times 0,606)$$

$$= 0,476$$

Dari hasil perhitungan diketahui nilai  $R^2_M = 0,476$ , yang menunjukkan bahwa 47,6% keragaman data mampu menjelaskan model, hasil ini dapat diartikan bahwa loyalitas pelanggan dijelaskan oleh kualitas pelayanan *Mobile Banking* BRI dan kepuasan sebesar 47,6% dan sisanya 52,4% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Dengan demikian model dapat dikatakan cukup baik sehingga layak untuk memberikan penjelasan dan pengujian hipotesis.

### C. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian di atas mengenai pengaruh layanan *mobile banking* BRI terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah pada PT. Bank Rakyat

Indonesia (Persero), Tbk Cabang Bandung Setiabudi maka dapat lebih dijelaskan bahwa:

### **1. Ada Pengaruh Layanan Mobile Banking BRI terhadap Kepuasan Nasabah**

Berdasarkan hasil penghitungan, analisis menunjukkan bahwa  $t$  hitung Layanan *Mobile Banking* BRI (X1) dengan Kepuasan (Y1) adalah 7,355 untuk jumlah sampel 200 pada taraf signifikansi 0,000. Dengan demikian terdapat pengaruh yang positif antara Layanan *Mobile Banking* BRI terhadap Kepuasan. Hal tersebut dapat diartikan bahwa dimensi kualitas pelayanan berbanding lurus dengan kepuasan, yaitu semakin baik Layanan *Mobile Banking* BRI yang diberikan maka dapat memberikan pengaruh yang positif terhadap kepuasan Layanan *Mobile Banking* BRI, sebaliknya semakin buruk kualitas pelayanan yang diberikan maka dapat memberikan pengaruh yang negatif terhadap kepuasan nasabah *Mobile Banking* BRI.

### **2. Ada Pengaruh Layanan *Mobile Banking* BRI dan Loyalitas Nasabah**

Berdasarkan hasil penghitungan, analisis menunjukkan bahwa  $t$  hitung Kualitas Layanan (X1) Loyalitas nasabah (Y2) adalah 5,979 untuk jumlah sampel 200 pada taraf signifikansi 0,000. Dengan demikian terdapat pengaruh yang positif antara Layanan *Mobile Banking* BRI terhadap Loyalitas nasabah. Hal tersebut dapat diartikan bahwa dimensi kualitas pelayanan *Mobile Banking* BRI berbanding lurus dengan nasabah, yaitu semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka dapat memberikan pengaruh yang positif terhadap loyalitas nasabah *Mobile Banking* BRI, sebaliknya semakin buruk kualitas pelayanan yang diberikan maka dapat

memberikan pengaruh yang negatif terhadap loyalitas nasabah *Mobile Banking* BRI.

### **3. Ada Pengaruh Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah.**

Berdasarkan hasil penghitungan, analisis menunjukkan bahwa t hitung kepuasan (Y1) terhadap Loyalitas nasabah (Y2) adalah **5.756** untuk jumlah sampel pada taraf signifikansi 0,000. Pengaruh yang positif dan signifikan antara kepuasan Layanan *Mobile Banking* BRI terhadap loyalitas nasabah *Mobile Banking* BRI. Ini berarti Kepuasan Nasabah berpengaruh positif terhadap Loyalitas.

Layanan online yang diberikan oleh BRI pada dasarnya terdiri dari penyediaan layanan ATM, *mobile banking*, *phone banking*, dan *internet banking*. Semua fasilitas layanan *e-banking* tersebut disediakan untuk membantu dan melayani kegiatan transaksi perbankan nasabah selama 24 jam sehari dalam seminggu. Pelayanan melalui ATM, disediakan untuk melayani aktivitas transaksi nasabah seperti tarik tunai, memberikan informasi saldo, transfer antar rekening, pembelian pulsa, dan sarana pembayaran tagihan-tagihan keuangan. Dalam memberikan pelayanan melalui ATM, selain BRI memiliki mesin-mesin ATM sendiri, BRI juga bekerja sama dengan bank-bank lain, seperti dengan BCA melalui layanan ATM Prima, BRI juga tergabung dengan jaringan ATM Link, ATM Bersama, dan lembaga keuangan internasional seperti Cirrus dan Maestro. Dalam melayani nasabah menggunakan *mobile banking*, BRI menyediakan fasilitas-fasilitas layanan seperti SMS Banking dan m-ATM Bersama. Fasilitas layanan tersebut disediakan untuk melayani kegiatan transaksi perbankan yang meliputi

informasi saldo, ubah PIN, transfer antar rekening BRI, pembelian pulsa, dan pembayaran kartu kredit. Untuk layanan phone banking sendiri, BRI telah menyediakan Call BRI dengan hotline 14017 sebagai sarana untuk memudahkan nasabah dalam memperoleh informasi yang dibutuhkan, dan dapat membantu melayani transaksi perbankan selama 24 jam, yang dapat diakses nasabah simpanan BRI BritAma. Sedangkan internet banking, pengoperasian layanan ini masih sangat terbatas karena situs web yang tersedia hanya baru dapat digunakan untuk mencari informasi mengenai produk, dan Bank BRI secara keseluruhan, serta untuk menampung segala keluhan dari nasabah. Sehingga belum dapat digunakan untuk melakukan transaksi keuangan

**STIE Widya Wiwaha**  
**Jangan Plagiat**

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Layanan *Mobile Banking* BRI berpengaruh dan signifikan positif berarti bahwa semakin baik pelayanan yang diberikan oleh *Mobile Banking* BRI, dilihat dari kelima dimensi maka semakin memberikan harapan dan nilai positif kepada nasabah *Mobile Banking* BRI.
2. Layanan *Mobile Banking* BRI berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, pengaruh positif hal ini mendiskripsikan bahwa Layanan *Mobile Banking* BRI sangat mempunyai pengaruh dengan loyalitas. Hal ini, menunjukkan pelayanan sangat baik dilihat dari kelima dimensi maka nasabah akan loyal dalam menggunakan produk *Mobile Banking* BRI serta tidak berpindah tempat lain untuk melakukan transaksi keuangan.
3. Kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas Nasabah *Mobile Banking* BRI ada pengaruh positif, artinya apabila Layanan *Mobile Banking* BRI yang diberikan oleh karyawan kepada pelanggan atau nasabah merasa dapat memenuhi harapan maka pelanggan pelanggan tersebut akan puas dan tetap loyal untuk melakukan transaksi keuangan pada *Mobile Banking* BRI

## B. Saran

Berdasarkan pada kesimpulan yang dilakukan oleh peneliti namun perlu adanya saran:

1. Dengan belum terpenuhinya sebagian besar harapan nasabah atas layanan *mobile banking* yang dapat diberikan oleh BRI Cabang Setiabudi, maka perlu adanya perbaikan serta peningkatan kualitas layanan melalui internal marketing, yaitu berupa edukasi penggunaan *Mobile Banking* kepada Nasabah, dalam rangka peningkatan kemampuan Nasabah dalam bertransaksi, dengan tujuan bahwa layanan *mobile banking* dapat memenuhi harapan nasabah untuk melakukan transaksi yang *efisien dan efektif*. Kegiatan tersebut dapat dilakukan dalam suatu event "***Family Gathering Mobile Banking***".
2. Perlu adanya peningkatan kualitas layanan *mobile banking* dengan perlindungan transaksi perbankan yang aman dan mempermudah prosedur registrasi *Mobile Banking*, agar kebutuhan para nasabah terpenuhi, khususnya bagi nasabah segmentasi kelas menengah ke atas, serta mengimbangi layanan *Mobile Banking* dari Bank pesaing.
3. Perlindungan nasabah terhadap keamanan transaksi *mobile banking* perlu ditingkatkan, agar nasabah terhindar dari kejahatan digital yang semakin marak. Sehingga nasabah puas melakukan transaksi melalui *mobile banking*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anton. Bawono, 2006. *Multivariate Analysis dengan SPSS*. Salatiga: STAIN. Salatiga
- Dobie, et. al. (2001). Acceptance of E-Banking Among Adult Customers : An Empirical Investigation in India. *Journal of Internet Banking and Commerce*
- Ebert, Ronald J, (2007). Jilid 1. Edisi Kedelapan. Jakarta: Erlangga.
- Fandi Tjiptono, 2008, *Pemasaran Jasa*, Yogyakarta : Andi Offset
- Fauziah, 1998. *Peranan Teknologi Informasi dalam Bisnis Reengineering*, Siasat Bisnis, Vol I
- Herry Sutanto, dan Khaerul Umam, 2013, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Pustaka Setia
- Irma, 2006. Pengantar Bisnis. Graha Ilmu, Yogyakarta
- Jayawerdhena, Chanaka (2000), artikel Digital and social media marketing usage in B2B industrial sector
- Kotler, Philip (2007). *Manajemen Pemasaran*. Edisi kedua belas. Jilid 1. Terjemahan oleh Benyamin Molan. 2007. Jakarta: PT Indeks.
- Kusumaningrum, 2013, Tesis *Pengaruh Kualitas Jasa “Mobile banking” terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Mandiri (Persero) TBK Cabang Makasar*
- Michel Rod et al (2009). *Journal Marketing Intellegence & Planning* Vol. 27
- Oetomo, Jakob. 2007. *Sejarah Sosial Media*. Jakarta: Yayasan OBOR Indonesia.
- Parasuraman, A. and L. Berry L. A. Zeithaml, V. 2005, *Problems and Strategies in Services Marketing”*. *Jurnal of Marketing* Vol. 49. (Spring).
- Rianto Al Arif, M. Nur 2010, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Alfabeta
- Santoso Singgih, 2011, *Structural Equation Modeling*, Edisi 1, Jakarta : PT Elex Media.

Sekaran Uma,. 2007. *Research Methods For Bussiness*. Edisi satu. Jakarta Salemba Empat

Setyawan, 2015, Tesis *Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Internet Banking terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BRI Pandanaran Semarang*.

Simamora, 2004, *Riset Pemasaran*, Jakarta, Gramedia Utama.

Sugiyono.2006. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.

Supriyono, Maryanto. 2011. *Buku Pintar Perbankan*. Yogyakarta: Andi

Tjiptono Fandi, 2008, *Pemasaran Jasa*, Yogyakarta : Andi Offset

Vyctoria, 2013, *Bongkar Rahasia E-Banking Security dengan Teknik Hacking dan Carding*, Yogyakarta: Andi Offset

STIE Widya Winaha  
Jangan Plagiat