

## PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN BSI MOBILE TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA KC SLAMET RIYADI I

Alif Fadil Mallapiseng<sup>1</sup>, Mufti Arief Arfiansyah<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Raden Mas Said Surakarta  
Email: aliffadil.mallapiseng@gmail.com; muftiarief@staff.uinsaid.ac.id

### Abstract

*In making decisions, customers will compare how they feel when using banking services, factors that can influence one of them are the quality and service of mobile banking. This research was created in order to determine the influence of service quality and BSI mobile banking on customer satisfaction at Bank Syariah Indonesia Slamet Riyadi I Branch Office. This research used an approach with a questionnaire survey method with data obtained from 107 respondents from BSI KC Slamet Riyadi I customers or those who had done so. Transactions there also have BSI mobile using a Likert scale questionnaire method. The analysis technique uses validity tests, reliability tests, normality tests, heteroscedasticity tests, multilinearity tests, multiple regression analysis tests (t, F test, and coefficient of determination) using SPSS version 22.*

**Keywords:** *Service Quality, BSI Mobile, and Costumer Satisfaction*

### Abstrak

Dalam pengambilan keputusan nasabah akan membandingkan antara apa yang dirasakannya dalam menggunakan layanan perbankan, faktor yang dapat mempengaruhi salah satunya kualitas pelayanan dan mobile banking. Penelitian ini dibuat agar dapat mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan mobile banking BSI terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Slamet Riyadi I. Penelitian ini menggunakan pendekatan dengan metode survey kuisisioner dengan perolehan data sebanyak 107 responden pada nasabah BSI KC Slamet Riyadi 1 atau yang pernah melakukan transaksi disana serta mempunyai BSI mobile dengan metode angket skala likert. Teknik analisis menggunakan uji validitas, uji reabilitas, uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multiolineritas, uji analisis berganda regresi (uji t, F, dan koefisien determinasi) menggunakan SPSS versi 22.

**Kata Kunci:** *Kualitas Pelayanan, BSI Mobile, dan Kepuasan Nasabah*

### PENDAHULUAN

Bank Syariah Indonesia (BSI) adalah bank yang terbentuk dari tiga bank syariah yang merger atau bergabung, yaitu, Bank Syariah Mandiri, BRI Syariah dan BNI Syariah. Pada tanggal 1 Februari 2021 Bank Syariah Indonesia (BSI) diresmikan dengan tujuan untuk memperkuat kinerja perbankan syariah nasional (Septiyana, 2019). Setelah ditetapkannya Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992, pertumbuhan sektor perbankan di Indonesia mengalami perkembangan sebagaimana telah diubahnya Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 mengenai perbankan. Undang-undang mengatur bahwa bank

syariah merupakan lembaga yang memberikan jasa di bidang perbankan yang prinsipnya sesuai dengan ekonomi syariah, selain itu bank syariah juga harus tetap mengikuti peraturan perbankan konvensional (Undang-Undang No.10 Tahun, 1998).

Namun terjadi ketidaksesuaian dalam penggabungan Bank Syariah Indonesia yaitu turunnya jumlah kantor layanan Bank Syariah Indonesia yang dimana seharusnya penggabungan membentuk layanan yang lebih lengkap dan jangkauan yang lebih luas. Hal ini dapat menimbulkan dampak terhadap kepuasan nasabah (Meilani & Sugiarti, 2022). Sebab itu di era teknologi modern sektor perbankan memerlukan inovasi yang tinggi akan layanan yang dibentuk sehingga dapat menarik dan memberi layanan yang aman, nyaman, dan mudah bagi nasabah. Baik dalam pelayanan langsung, maupun pelayanan dengan teknologi informasi seperti *mobile banking* yang menjadi sebuah jenis pelayanan dan peluang bisnis baru serta transaksi lebih mudah jika menggunakan elektronik (Suharbi & Margono, 2022). Selain itu Bank Syariah Indonesia saat ini masih terkalahkan oleh bank konvensional sehingga selain produk, bank syariah harus berupaya memberikan kualitas pelayanan yang memuaskan baik secara langsung maupun online melalui *mobile banking* sehingga dapat menarik masyarakat dan meningkatkan kepuasan nasabah sehingga nasabah loyal terhadap Bank Syariah Indonesia dan merekomendasikan kepada masyarakat lainnya.

Di era teknologi saat ini, hampir semua bank yang ada di Indonesia sudah memanfaatkan internet untuk dijadikan sebagai sarana dalam bertransaksi yaitu *internet banking*. Pada dasarnya *internet banking* adalah sebuah produk layanan dalam bertransaksi pada perbankan, dimana pihak bank dengan nasabah melakukan transaksi menggunakan media internet. Melalui *internet banking*, hampir keseluruhan layanan transaksi dapat dilakukan dan nasabahnya pun dapat mengaksesnya kapanpun dan dimanapun (Samsu, Tui, & Ar, 2020). Dengan layanan menggunakan internet banking, nasabah mendapatkan akses hampir keseluruhan produk dan jenis transaksi perbankan melalui internet, terkhusus melalui aplikasi *mobile banking*, yang dimana nasabah dapat mengecek saldo rekening, transfer, pembeli pulsa telepon seluler, hingga pembayaran tagihan seperti telepon, air, listrik dan masih banyak lagi (Di et al., 2023). Dengan kata lain, *mobile banking* sudah dapat mewakili setiap transaksi secara online yang tentunya memudahkan nasabah.

Kualitas pelayanan berpengaruh kepada motivasi dan kemauan nasabah untuk terus menjalin hubungan yang kuat dengan bank. Hubungan inilah yang diharapkan mampu bertahan lama dan memungkinkan perusahaan untuk memperhatikan dan memahami akan kebutuhan dan harapan nasabah. Secara mendasar, perasaan puas dan tidaknya nasabah mengenai produk atau jasa perbankan akan mempengaruhi bagaimana perilaku lanjutannya. Berdasarkan azas kepercayaan, masalah kualitas pelayanan menjadi kunci utama dalam menentukan keberhasilan, berhasil atau tidaknya suatu kegiatan perbankan tergantung kepada kepuasan nasabahnya. Jika point penilaian nasabah untuk perbankan adalah kemudahan dalam bertransaksi, maka bank dengan kemudahan lebih dalam bertransaksi yang akan menimbulkan kepuasan nasabah.

Menurut Parasuraman, et al, Kualitas pelayanan merupakan usaha memenuhi

keinginan dan kebutuhan pelanggan serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan nasabah. Menurut Parasuraman, et al kualitas pelayanan memiliki beberapa dimensi yaitu *tangibles*, *reliability*, *assurance*, *responsiveness*, dan *empathy* (Solichin, Rasyidi, & Halimatusa'diah, 2019). Tingkat kepuasan para nasabah ditentukan oleh dimensi ini. Kualitas pelayanan sangat memiliki kaitan erat dengan kepuasan nasabah. Maka dari itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui lebih dalam tentang pengaruh kualitas pelayanan dan mobile banking terhadap kepuasan nasabah. Gummesson dan Lovelock (2004) memberi petunjuk bahwa terdapat indikator dari kualitas layanan yaitu dari *security*, *accuracy*, *speed*, dan *trust* yang harus diteliti terhadap penggunaan mobile banking. Dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan mobile banking tentunya menjadi salah satu aspek penilaian nasabah terhadap bank, dimana jika bank dapat memaksimalkan kedua aspek tersebut maka dapat diharapkan nasabah menilai baik kinerja atau penyajian jasanya.

## **KAJIAN LITERATUR**

### **Kualitas Pelayanan**

Menurut Kotler (2019), kualitas pelayanan merupakan objek yang dinilai oleh nasabah mengenai tingkat pelayanan dengan mempertimbangkan apa yang diterimanya dengan tingkat apa yang diharapkan. Jika pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dapat dikatakan baik dan memuaskan (Ahmad Zikri, 2022). Pelayanan adalah salah satu produk dan fungsi perbankan, sehingga sudah seharusnya hal itu dilakukan oleh bank dengan maksimal dan berkualitas. Pada perkembangannya ditahun 1988, Berry dan Parasuraman berpendapat bahwa sepuluh dimensi kualitas pelayanan dapat diringkas menjadi lima dimensi utama, meliputi :

1. Bukti langsung (*tangibles*), yaitu terdiri dari fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.
2. Kehandalan (*reliability*), yaitu kemampuan dalam memberi pelayanan kepada nasabah dengan cepat dan memuaskan.
3. Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu pemberian pelayanan kepada nasabah dengan tanggap.
4. Jaminan (*assurance*), yaitu mencakup pengetahuan, kesopanan, kemampuan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para pegawai, bebas dari bahaya, risiko atau keraguan.
5. Empati (*empathy*), yaitu kemudahan hubungan, komunikasi yang baik, dan memahami akan apa yang dibutuhkan para nasabah.

### **Mobile Banking**

Menurut Surat Edaran Bank Indonesia No.6/18/DPNP Tahun 2004, perihal Penerapan Manajemen Risiko pada Aktivitas Pelayanan Jasa Bank melalui Internet (*mobile banking*), *mobile banking* adalah layanan jasa perbankan yang memberikan akses ke nasabah untuk mendapatkan informasi, komunikasi serta transaksi perbankan melalui jaringan internet (*Internet Banking*) ., 2004). Menurut (Abi Fadlan, 2018) *Mobile Banking* merupakan kegiatan dalam transaksi keuangan yang dilakukan secara online menggunakan perangkat seluler seperti ponsel atau tablet. Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa *mobile banking* adalah sebuah perangkat pelayanan lembaga

keuangan seperti perbankan dalam melakukan kegiatan transaksi keuangan yang mempermudah nasabah dan instrumen perbankan dalam melakukan pelayanan karena dapat diakses melalui perangkat handpone.

Berdasarkan penelitian sebelumnya terdapat beberapa elemen indicator pengukuran dari kualitas layanan mobile banking terhadap kepuasan pelanggan antara lain : *speed, security, accuracy, dan trust* (Lovelock & Gummesson, 2004). Sedangkan menurut Nurastuti (2011) dan Mallat et al. (2004) menyatakan bahwa layanan m-banking dirancang untuk memberikan kemudahan, keamanan, keakuratan, dan kepercayaan kepada pelanggan saat melakukan transaksi perbankan sehingga timbulnya kepuasan pelanggan akan layanan bank tersebut.

1. *Speed*, yaitu kecepatan serta kemudahan transaksi sehingga menimbulkan kepuasan akan kecepatan layanan.
2. *Security*, yaitu jaminan akan kerahasiaan data saat melakukan kegiatan transaksi sehingga menciptakan kepuasan atas keamanan dalam menggunakan fasilitas mobile banking.
3. *Accuracy*, yaitu ketepatan pemberian data transaksi dan data keuangan nasabah sehingga terciptanya kepuasan atas keakurasian menggunakan layanan mobile banking.
4. *Trust* yaitu, kepercayaan nasabah atas kredibilitas dalam menggunakan layanan mobile banking sehingga memberikan kepuasan atas kepercayaan.

#### Kepuasan Nasabah

Menurut Churchill & Surprenant kepuasan nasabah merupakan perasaan nasabah setelah membandingkan harapannya sebelum pembelian dengan apa yang didapatkan setelah pembelian (Churchill & Surprenant, 1982). Sedangkan menurut Tjiptono dan Chandra (Susanti & Syahrian, 2019), mendeskripsikan kepuasan sebagai perasaan senang setelah memperoleh hal yang diinginkan dan tindakan yang diberikan memenuhi bahkan sampai melebihi keinginan dan kebutuhan. Maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan nasabah merupakan perasaan puas ataupun kecewa yang muncul saat setelah nasabah melakukan pembelian atau layanan transaksi diperusahaan. Nasabah dapat dikatakan puas jika mendapatkan sebuah treatment yang melebihi ekspektasi atau harapannya, sebaliknya jika treatment tidak sesuai dengan apa yang diharapkan maka menimbulkan kekecewaan atau kepuasan tidak terpenuhi.

Dalam (Tjiptono Fandy, 2006) terdapat kutipan oleh Hawkins dan Lonney yang menjelaskan atribut pembentuk kepuasan yaitu:

1. Kesesuaian harapan, yaitu nilai dari kualitas pelayanan atau produk apakah sesuai atau tidak dengan apa yang diharapkan nasabah setelah mereka membeli atau menggunakan produk.
2. Minat berkunjung kembali, yaitu nasabah akan terus mengunjungi atau menggunakan layanan dan terus membeli barang serta menetapkan pilihannya disuatu Perusahaan apabila memenuhi harapan mereka.
3. Kesiediaan merekomendasikan, yaitu kepuasan nasabah atas suatu pelayanan atau produk lalu menjelaskan kepada orang lain perasaannya dan mungkin sampai mempromosikan ke orang lain tentang suatu perusahaan.

Keterkaitan Pengaruh Kualitas Pelayanan dan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah  
Kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Diera globalisasi digital saat ini persaingan akan dimenangkan oleh perusahaan yang dapat memberikan pelayanan dengan sangat puas dan menimbulkan kesan lebih mendalam kepada pelanggan dibandingkan dengan perusahaan sejenis (Noviana Putra, Sudiarta, & Sasrawan Mananda, 2016). Mobile banking juga merupakan suatu pelayanan yang bersifat digital sehingga mempunyai pengaruh terhadap kepuasan nasabah. Kualitas pelayanan diibaratkan sebagai pelayanan langsung/offline sedangkan mobile banking sebagai alternatif dari pelayanan langsung yang bersifat digital atau online.

## **METODE PENELITIAN**

Penulis dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dengan variabel bebas (X) yaitu Kualitas Pelayanan (X1) dan BSI Mobile dengan variabel terikatnya (Y) adalah Kepuasan Nasabah BSI Cabang Slamet Riyadi I. Dalam pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* yaitu teknik menarik sampel dengan melihat karakteristik (Sallo, Opod, Pali, & Munayang, 2019). Dalam penelitian ini membutuhkan populasi yang akan menjadi data awal dari penelitian. Populasi adalah elemen secara keseluruhan dalam penelitian yang meliputi objek dan subjek dengan ciri-ciri dan karakteristik tertentu (Amin, Garancang, & Abunawas, 2023). Dari definisi tersebut, maka penelitian ini memiliki populasi mencakup Nasabah BSI. Dari populasi ditarik sampel yang merupakan sumber data atau fokus sebenarnya dalam penelitian.

Sampel merupakan bagian dari populasi yang memenuhi syarat dan focus utama dalam suatu penelitian. Dengan kata lain, sampel merupakan pengerucutan focus dari populasi untuk mewakili seluruh populasi (Amin et al., 2023). Sampel yakni Nasabah BSI berjumlah 107 orang. Beberapa pertimbangan peneliti dalam menentukan sampel adalah menurut beberapa karakteristik, yaitu:

- Subjek merupakan nasabah BSI KC Slamet Riyadi 1 atau pernah bertransaksi di BSI KC Slamet Riyadi 1
- Subjek berjenis kelamin laki-laki/wanita
- Subjek berusia sekitar 18-54 tahun
- Subjek sudah pernah menggunakan *mobile banking* BSI.

Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala Likert (likert scale) dengan lima pernyataan yaitu Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Netral (N), Setuju (S), dan Sangat Setuju (SS). Setiap Nilai skala pernyataan diperoleh dari jawaban subjek yang menyatakan mendukung (*favourable*) atau yang tidak mendukung (*unfavourable*) (Hespita Nora & Wiwik Sulistyaningsih, 2019). Didukung menggunakan teknik kuesioner (angket), observasi (pengamatan) dan gabungan antara keduanya. Hasil analisis yang diperoleh dihitung menggunakan aplikasi *SPSS versi 22*.

## **UJI HIPOTESIS PENELITIAN**

### Uji Validitas

Uji validitas yaitu suatu bentuk pengujian untuk mengukur sampai sejauh mana indikator mampu mencerminkan konstruksi laten teoritisnya. Pengujian ini akan menunjukkan apakah data yang diperoleh menciptakan keyakinan atau kevalidan, ukuran nilai dari indikator yang diperoleh dari sampel akan menunjukkan nilai minimum validitas pada setiap indikator yaitu 0,50. Hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel

berikut ini:

Table 1. Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (KP)

No.	Indikator	Corrected Item-Total Corrected	R tabel	Keterangan
1.	KP 1	0,782	0,1900	Valid
2.	KP 2	0,793	0,1900	Valid
3.	KP 3	0,774	0,1900	Valid
4.	KP 4	0,758	0,1900	Valid
5.	KP 5	0,821	0,1900	Valid
6.	KP 6	0,831	0,1900	Valid
7.	KP 7	0,838	0,1900	Valid
8.	KP 8	0,746	0,1900	Valid
9.	KP 9	0,713	0,1900	Valid
10.	KP 10	0,721	0,1900	Valid
11.	KP 11	0,815	0,1900	Valid
12.	KP 12	0,841	0,1900	Valid

(Sumber: Data kuisioner 2023)

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan dari hasil uji validitas bahwa seluruh indikator kualitas pelayanan (X1) mempunyai R hitung > R tabel (0,1348) sehingga indikator-indikator yang diuji dengan variabel kualitas pelayanan ini dapat diartikan valid.

Tabel 2. Uji Validitas Variabel BSI Mobile (BM)

No.	Indikator	Corrected Item-Total Corrected	R tabel	Keterangan
1.	BM 1	0,750	0,1900	Valid
2.	BM 2	0,801	0,1900	Valid
3.	BM 3	0,743	0,1900	Valid
4.	BM 4	0,809	0,1900	Valid
5.	BM 5	0,817	0,1900	Valid
6.	BM 6	0,828	0,1900	Valid
7.	BM 7	0,833	0,1900	Valid
8.	BM 8	0,797	0,1900	Valid
9.	BM 9	0,789	0,1900	Valid
10.	BM 10	0,814	0,1900	Valid

(Sumber: Data kuisioner 2023)

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan dari hasil uji validitas bahwa seluruh indikator mobile BSI (X2) mempunyai R hitung > R tabel (0,1348) sehingga indikator-indikator yang diuji pada variabel BSI mobile dapat diartikan valid.

Tabel 3. Uji Validitas Variabel Kepuasan Nasabah (KN)

No.	Indikator	Corrected Item-Total Corrected	R tabel	Keterangan
1.	KN 1	0,673	0,1900	Valid
2.	KN 2	0,776	0,1900	Valid
3.	KN 3	0,800	0,1900	Valid
4.	KN 4	0,806	0,1900	Valid
5.	KN 5	0,792	0,1900	Valid
6.	KN 6	0,837	0,1900	Valid
7.	KN 7	0,713	0,1900	Valid
8.	KN 8	0,845	0,1900	Valid

(Sumber: Data kuisisioner 2023)

Berdasarkan tabel hasil uji validitas dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator kepuasan pelanggan (Y) nilai R hitung > R tabel (0,1348) sehingga indikator-indikator yang diuji pada variabel kepuasan pelanggan dapat diartikan valid.

#### Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat pengumpulan data yang menentukan keandalan data kuisisioner yang dikumpulkan dan integritas kuisisioner yang digunakan peneliti, serta menguji apakah dapat diandalkan bahkan setelah survei berulang kali menggunakan kuisisioner yang sama. Jika nilai alpha > r tabel maka item kuisisioner dinyatakan reliabel atau konsisten.

Tabel 4. Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Batasan	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0,944	0,60	Reabel
BSI Mobile (X2)	0,935	0,60	Reabel
Kepuasan Nasabah (Y)	0,909	0,60	Reabel

(Sumber: Data kuisisioner 2023)

Berdasarkan hasil yang diuji pada tabel diatas, nilai Cronbach dapat diartikan sebesar 0,60. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa indikator dan kuisisioner yang digunakan untuk setiap variabel dapat dikatakan andalkan sebagai alat pengukuran variabel.

#### Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk memeriksa apakah sebaran data antar variabel berdistribusi normal. Jika nilai signifikansi data > 0,05 maka data dikatakan berdistribusi normal dan data dinyatakan dapat diterima. Uji normalitas yang digunakan adalah Monte Carlo.

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas

<b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b>
---

		Unstandardized Residual	
N		107	
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	2.54113735	
Most Extreme Differences	Absolute	.109	
	Positive	.100	
	Negative	-.109	
Test Statistic		.109	
Asymp. Sig. (2-tailed)		.003 <sup>c</sup>	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.148 <sup>d</sup>	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.139
		Upper Bound	.157

(Sumber: Data kuisioner 2023)

Berdasarkan hasil uji tabel diatas, dapat dilihat pada kolom *Asymp. Sig. (2-tailed)* dengan nilai sig sebesar 0,148 yang artinya variabel yang terdapat pada variabel ini berdistribusi secara normal.

#### Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah variasi pengamatan yang satu dengan pengamatan yang lain bersifat heterogen. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan uji Spearman. Cara pengujiannya adalah dengan melihat nilai sisa mutlak. Nilai signifikansi > 0,05 berarti tidak terjadi heteroskedastisitas dan sebaliknya.

Tabel 6. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Correlations					
			Unstandardized Residual	Kualitas Pelayanan	BSI Mobile
Spearman's rho	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	1.000	.078	.051
		Sig. (2-tailed)	.	.424	.599
		N	107	107	107
	Kualitas Pelayanan	Correlation Coefficient	.078	1.000	.854**
		Sig. (2-tailed)	.424	.	.000
		N	107	107	107
	BSI Mobile	Correlation Coefficient	.051	.854**	1.000

		Sig. (2-tailed)	.599	.000	.
		N	107	107	107

(Sumber: Data kuisisioner 2023)

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas pada tabel di atas, nilai signifikansi hasil uji variabel kualitas pelayanan (X1) sebesar  $0,424 > 0,05$ , dan nilai signifikansi hasil uji variabel BSI mobile (X2) sebesar  $0,599 > 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa semua variabel tidak dipengaruhi oleh masalah heteroskedastisitas.

#### Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antar variabel independen. Jika nilai VIF  $< 10$  dan nilai toleran  $> 0,10$  maka dinyatakan bebas dari masalah multikolinearitas variabel independen.

Tabel 7. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.367	1.894		.722	.472		
	Kualitas Pelayanan	.165	.079	.225	2.084	.040	.217	4.611
	BSI Mobile	.539	.089	.652	6.033	.000	.217	4.611

(Sumber: Data kuisisioner 2023)

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas diatas, menunjukkan bahwa semua variabel independen mempunyai nilai *tolerance*  $> 0,10$  dan nilai VIF  $< 10$  sehingga tidak ada masalah multikolinearitas antar variabel independent.

#### Uji Hipotesis (Uji T)

Uji t merupakan uji yang bertujuan untuk menunjukkan pengaruh parsial variabel independen terhadap penjelasan variabel dependen. Nilai signifikansi  $< 0,05$  dengan nilai T tabel sebesar 1,9713 artinya variabel independen mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen.

Tabel 8. Hasil Uji Hipotesis (t)

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.367	1.894		.722	.472

	Kualitas Pelayanan	.165	.079	.225	2.084	.040
	BSI Mobile	.539	.089	.652	6.033	.000

(Sumber: Data kuisisioner 2023)

Berdasarkan table diatas, dapat diartikan sebagai berikut:

Untuk variabel kualitas pelayanan (X1) diperoleh nilai t hitung sebesar 2,084 dan t tabel sebesar 1,98260, artinya nilai t hitung > t tabel. Sedangkan nilai sig variabel kualitas pelayanan sebesar 0,040 < 0,05 artinya variabel kualitas pelayanan (X1) berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan BSI KC Slamet Riyadi I.

Untuk variabel BSI Mobile (X2) diperoleh nilai t hitung sebesar 6,003 dan t tabel sebesar 1,98260, artinya nilai t hitung > t tabel. Sedangkan nilai sig variabel BSI Mobile sebesar 0,000 < 0,05 artinya variabel BSI Mobile (X2) berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan BSI KC Slamet Riyadi I.

#### Uji Simultan (Uji F)

Uji F adalah uji yang menunjukkan pengaruh variabel independen secara bersamaan terhadap variabel dependen. Jika nilai signifikansi < 0,05 artinya variabel independen secara simultan memberikan pengaruh terhadap variabel dependen.

Tabel 9. Hasil Uji Simultan (F)

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1911.480	2	955.740	145.215	.000 <sup>b</sup>
	Residual	684.482	104	6.582		
	Total	2595.963	106			

(Sumber: Data kuisisioner 2023)

Berdasarkan hal di atas, hasil uji F pada tabel ANOVA menunjukkan nilai Sig sebesar 0,000, artinya variabel kualitas pelayanan dan BSI Mobile secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan BSI KC Slamet Riyadi I.

#### Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Koefisien determinasi adalah pengukuran kemampuan kualitas pelayanan dan BSI Mobile sebagai variabel independent dalam menjelaskan kepuasan nasabah BSI KC Slamet Riyadi I sebagai variabel dependennya dengan melihat besarnya nilai *R Square*. Nilai koefisien determinasi diantara angka 0 dan 1 ( $0 < R^2 < 1$ ).

Tabel 10. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate

1	.858 <sup>a</sup>	.736	.731	2.565
---	-------------------	------	------	-------

Sumber: Data kuisioner 2023

Berdasarkan tabel di atas, nilai R2 sebesar 0,736 menunjukkan bahwa hubungan antara variabel kualitas pelayanan dan BSI mobile secara bersamaan berpengaruh sebesar 73,6% terhadap kepuasan nasabah BSI KC Slamet Riyadi I. Variabel lain di luar model mempengaruhi 26,4% dari sisanya.

## PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

### Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah

Setelah diujinya hipotesis dalam penelitian ini, secara parsial variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif karna memiliki nilai t hitung  $> t$  tabel seperti  $2,084 > 1,98260$  dengan nilai signifikansi  $0,040 < 0,05$ . Maka dinyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia cabang Slamet Riyadi I. Kotler menyatakan bahwa kualitas pelayanan menjadi salah satu instrumen yang dinilai oleh pelanggan dengan membandingkan apa yang dirasakan terhadap harapannya. Dengan demikian jika pelanggan merasakan pelayanan melebihi harapannya maka pandangan terhadap kualitas pelayanan tersebut memuaskan dan begitupun sebaliknya.

Penelitian ini bermaksud untuk menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah, dimana kualitas pelayanan dapat memengaruhi kepuasan nasabah terhadap layanan jasa perbankan yang disediakan Bank Syariah Indonesia Cabang Slamet Riyad I dengan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan sangat berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan layanan jasa Bank Syariah Indonesia cabang Slamet Riyadi I. Penelitian ini juga didukung oleh penelitian terdahulu yang juga menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah seperti penelitian oleh Diandra Gabriela Nelwan (2016) dengan Judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Manado” yang juga sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan Analisis Regresi Berganda. Penelitian yang sama juga dilakukan oleh Nuni Nurhalimah dan Ade Nurhayati KD yaitu “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan”, Dimana dalam penelitian ini juga menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

### Pengaruh *BSI Mobile* Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil pengujian dari hipotesis menyatakan bahwa secara parsial variabel kualitas pelayanan dianggap positif karna mempunyai nilai t hitung  $> t$  tabel seperti  $6,033 > 1,98260$  dengan nilai signifikansi  $0,00 < 0,05$ . Maka dinyatakan bahwa *BSI Mobile* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Bank Syariah Indonesia cabang Slamet Riyadi I. *BSI Mobile* merupakan layanan *mobile banking* dari Bank Syariah Indonesia yang juga merupakan sebuah komponen penilaian nasabah akan kualitas pelayanan berbasis digital atau online. *Mobile banking* dibuat agar pelayanan dapat dilakukan dengan lebih efektif dan efisien dengan kata lain dapat mempermudah keperluan

nasabah. Oleh karena itu BSI Mobile menjadi jawaban kemudahan melakukan layanan perbankan dan dari segi kebermanfaatan layanan BSI Mobile akan meningkatkan kepuasan nasabah.

Penelitian ini bermaksud untuk menganalisis pengaruh *BSI Mobile* terhadap Kepuasan Nasabah, dimana *BSI Mobile* dapat mempengaruhi kepuasan nasabah dalam menggunakan jasa perbankan pada Bank Syariah Indonesia Cabang Slamet Riyadi I dengan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *BSI Mobile* sangat berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan layanan jasa Bank Syariah Indonesia cabang Slamet Riyadi I. Hal inipun didukung oleh penelitian terdahulu yaitu oleh Abdillah Mundir dan Lilik Nur Hayati dengan judul “Pengaruh Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah di BRI Syari’ah KCP Malang Pandaan Kabupaten Pasuruan” yang juga menyatakan bahwa Mobile Banking berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Penelitian lainnya oleh Mhd Cahyono Situmorang, Norvadewi, dan Irma Yuliani yaitu “pengaruh fasilitas *mobile-banking* dan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah bank syariah di perumahan bumi prestasi kencana samarinda” yang juga menyatakan Mobile banking berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

## **KESIMPULAN**

Dari hasil pada penelitian ini, dapat ditarik kesimpulan bahwa elemen kualitas pelayanan dan BSI Mobile memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia cabang Slamet Riyadi I. Kualitas Pelayanan diartikan sebagai produk pelayanan secara langsung dan BSI Mobile diartikan sebagai alternatif atau pelayanan secara digital yang tentunya sama-sama merupakan pelayanan yang berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah. Dalam hal ini, tentunya akan mempengaruhi tindakan selanjutnya seorang nasabah akan terus menggunakan jasa layanan perbankan. Saat Bank Syariah Indonesia cabang Slamet Riyadi I berhasil memenuhi harapan para nasabah akan pelayanan secara menyeluruh, maka nasabah tersebut akan selalu setia dalam menggunakan jasa layanannya begitupun sebaliknya.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- ABI FADLAN. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kegunaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Mobile Banking Universitas Brawijaya). *Photosynthetica*, 2(1).
- Ahmad Zikri, Muhammad Ikhsan Harahap. (2022). Analisis Kualitas Pelayanan Pengiriman Barang terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Pos Indonesia Regional I Sumatera. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 1(1).
- Amin, Nur Fadilah, Garancang, Sabaruddin, & Abunawas, Kamaluddin. (2023). Konsep Umum Populasi dan Sampel dalam Penelitian. *Jurnal Pilar*, 14(1).
- Churchill, Gilbert A., & Surprenant, Carol. (1982). An Investigation into the Determinants of Customer Satisfaction. *Journal of Marketing Research*, 19(4). <https://doi.org/10.1177/002224378201900410>
- Di, Banking, Mahasiswa, Kalangan, Hsb, Adi Saputra, Andari, Ismi, Ekonomi, Fakultas, & Timor, Universitas. (2023). Adi Saputra 2023. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu*

*Pengetahuan Sosial*, 10 No. 3 T(3).

- Hespita Nora, & Wiwik Sulistyaningsih. (2019). KECENDERUNGAN MENIKAH DINI DITINJAU DARI TINGKAT PENDIDIKAN ORANGTUA DAN PERSEPSI REMAJA TENTANG PERNIKAHAN DINI. *Psikologia: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Psikologi*, 13(1). <https://doi.org/10.32734/psikologia.v13i1.2263>
- Internet Banking*). (2004). (6).
- Lovelock, Christopher, & Gummesson, Evert. (2004). Whither Services Marketing?: In Search of a New Paradigm and Fresh Perspectives. *Journal of Service Research*, 7(1). <https://doi.org/10.1177/1094670504266131>
- Meilani, Any, & Sugiarti, Dian. (2022). Analisis Kualitas Layanan dan Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(3).
- Noviana Putra, I. Gede, Sudiarta, I. Nyoman, & Sasrawan Mananda, I. GPB. (2016). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN TERHADAP NIAT BERKUNJUNG KEMBALI WISATAWAN MANCANEGARA KE DAYA TARIK WISATA ALAS PALA SANGEH. *Jurnal IPTA*, 4(2). <https://doi.org/10.24843/ipta.2016.v04.i02.p01>
- Sallo, Asdi, Opod, Hendri, Pali, Cicilia, & Munayang, Herdy. (2019). Pengaruh Expressive Writing Therapy terhadap Tingkat Kecemasan pada Mahasiswa Tahun Pertama Fakultas Kedokteran Universitas Sam Ratulangi. *Jurnal Biomedik : Jbm*, 12(1).
- Samsu, Andi Hasanuddin, Tui, Sutardjo, & Ar, Iqbal. (2020). Analisis Penggunaan Internet Banking dan Mobile Banking Terhadap Kinerja Keuangan PT. Bank Negara Indonesia (PERSERO) TBK. *MM Journal STIE YPUP Makassar*, 1(2).
- Septiyana, Yeni. (2019). Dampak Merger Tiga Bank Syariah Di Indonesia Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi di BSI KC Bengkulu Panorama) SKRIPSI. *Skripsi*, 19.
- Solichin, M., Rasyidi, & Halimatusa'diah, Siti. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan (Reliability, Assurance, Tangible, Empathy, Dan Responsiveness) terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Kalteng Cabang Muara Teweh. *Jurnal Bisnis Dan Pembangunan*, 8(2).
- Suharbi, Muhammad Akbar, & Margono, Hendro. (2022). Kebutuhan transformasi bank digital Indonesia di era revolusi industri 4.0. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(10). <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4i10.1758>
- Susanti, Novia, & Syahrian, Arsyad. (2019). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH (PADA PT. BANK SYARIAH MANDIRI CABANG PONDOK PINANG). *JURNAL ILMIAH FEASIBLE (JIF)*, 1(1). <https://doi.org/10.32493/jfb.v1i1.y2019.p55-62>
- Tjiptono Fandy. (2006). Perspektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer. In *Andi* (Vol. 73).
- Undang-Undang No.10 Tahun. (1998). Perubahan Undang-Undang No 7 tahun 1992 tentang Perbankan. *Lembaran Negara Republik Indonesia*.

