



PENGARUH LAYANAN MOBILE BANGKING TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA PT. BANK SYARIAH INDONESIA KC. MATARAM

Hudaebi
Universitas Islam Negeri Mataram, Indonesia

Informasi Artikel

Sejarah Artikel:

Diterima 20 Agustus 2023
Perbaikan 1 Sept 2023
Disetujui 3 Sept 2023

Kata kunci:

Layanan *Mobile Banking*,
Kepuasan nasabah, loyalitas
nasabah

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh dari kualitas layanan mobile banking Bank BSI terhadap kepuasan nasabah dan dampaknya terhadap loyalitas nasabah. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 90 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada substruktur I variabel Reliability, Empathy, Responsiveness dan Efficiency memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah, sedangkan Assurance dan Tangible memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Kemudian pada substruktur II variabel Reliability, Empathy, Responsiveness dan Kepuasan Nasabah memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah, sedangkan Assurance, Tangible dan Efficiency memiliki pengaruh yang positif dan tidak signifikan terhadap Loyalitas Nasabah.

© 2023 BEGIBUNG

**Surat elektronik penulis: angzuhdi4@gmail.com*

PENDAHULUAN

Bagian Bank syariah merupakan bank yang secara operasional berbeda dengan bank konvensional. Salah satu ciri khas bank syariah yaitu tidak menerima atau membebani bunga kepada nasabah, akan tetapi menerima atau membebankan bagi hasil serta imbalan lain sesuai dengan akad-akad yang diperjanjikan. Masyarakat di negara maju dan berkembang sangat membutuhkan bank sebagai tempat untuk melakukan transaksi keuangannya. Mereka menganggap bank merupakan lembaga keuangan yang aman dalam melakukan berbagai macam aktivitas keuangan. Aktivitas keuangan yang sering dilakukan masyarakat di negara

maju dan negara berkembang antara lain aktivitas penyimpanan dan penyaluran dana.

Perkembangan bank syariah tidak terlepas dari iklim kompetisi dalam dunia perbankan antara bank konvensional dan bank syariah. Di sisi lain, perubahan lingkungan yang demikian pesat semakin mendukung kompetisi yang sedang terjadi saat ini. Salah satu indikator keberhasilan sering kali dilihat dari pencapaian loyalitas pelanggan melalui strategi pemasaran dan kepuasan pelanggan dalam hal ini adalah nasabah bank. Loyalitas pelanggan merupakan bagian terpenting pada pengulangan pembelian pada pelanggan. Loyalitas nasabah bisa diartikan sebagai komitmen seorang nasabah untuk tetap

setia menggunakan jasa suatu perusahaan dalam jangka waktu tertentu. Seorang pelanggan yang loyal akan *repeat*, yaitu melakukan pembelian ulang atau memperbanyak simpanan dalam waktu mendatang. *Retention*, yaitu tidak terpengaruh oleh barang atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan lain. *Refferal*, yaitu memberitahukan hal-hal yang positif kepada pihak lain.

PT. BSI Cabang Mataram juga mempunyai berbagai fasilitas layanan sehingga nasabah merasa puas dan tetap loyal untuk menggunakan produk bank yang telah disediakan. Salah satunya dengan adanya layanan *mobile banking*. *Mobile banking* merupakan sebuah fasilitas dari bank dalam era moderen ini yang mengikuti perkembangan teknologi dan komunikasi. Layanan yang terdapat pada *mobile banking* meliputi pembayaran, tranfer, *history*, dan lain sebagainya. Penggunaan layanan *mobile banking* pada telpon seluler memungkinkan para nasabah dapat lebih mudah untuk menjalankan aktivitas perbankannya tanpa batas ruang dan waktu. Dengan adanya layanan *mobile banking* diharapkan dapat memberikan kemudahan dan manfaat bagi para nasabah dalam melakukan akses ke bank tanpa harus datang langsung ke bank.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian survey dengan menggunakan analisis data kuantitatif. Penelitian ini akan meneliti tentang data kajian yang bersifat numeric/angka yang nantinya akan menghasilkan interpretasi data.

Dalam penelitian ini, Populasi yang akan peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah pengguna layanan *mobile banking* PT BSI Cabang Mataram pada tahun 2023..

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampling incidental, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan atau insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Dalam penelitian ini sampelnya berjumlah 78 orang yang terdiri dari 43 mahasiswa dan 35 mahasiswi jurusan Ekonomi Syariah UIN Mataram angkatan 2019.

Alat yang digunakan oleh peneliti sebagai alat pengumpulan data adalah lembar angket atau kuesioner. Skala yang digunakan adalah Skala Likert dengan lima pilihan jawaban.

Dalam penelitian ini digunakan uji Kolmogorov-Smirnov untuk menguji apakah variabel berasal dari distribusi yang sama. Variabel dikatakan berdistribusi normal jika signifikansi $> 0,05$. Pada tabel di atas nilai signifikansi, pada bagian Asymp. Sig. (2-tailed) adalah 0,200. Artinya $0,200 > 0,05$ maka data yang diuji adalah normal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data Berdasarkan hasil data yang terkumpul, selanjutnya dilakukan analisis data yang didasarkan hasil perhitungan secara kuantitatif yang berguna untuk pembahasan permasalahan penelitian dan juga untuk mengungkap kecenderungan responden.

Berdasarkan penyebaran angket sebanyak 90, selanjutnya dari data tersebut diberikan informasi tentang karakteristik atau identitas responden yang menyangkut nama, umur dan jenis kelamin. Hal ini dilakukan dengan harapan bahwa informasil ini dapat menjadi masukan Bank Syariah Indonesia KC Mataram. Untuk lebih jelasnya mengenai hasil deskriptif masing-masing karakteristik akan diuraikan sebagai berikut: a) Data responden dengan jenis kelamin, laki-laki yaitu 43 dengan presentase

43%, b) Data responden dengan jenis kelamin, perempuan yaitu 47 dengan presentase 52%.

Berdasarkan hasil uji validitas data didapatkan hasil dari 20 butir pertanyaan yang ada, terdapat 2 butir pertanyaan yang tidak valid karena $r_{hitung} < r_{tabel}$ (0,361). Maka, butir pertanyaan yang tidak valid tersebut, yaitu butir 4 dan 10 dihapus dari kuesioner penelitian. Sehingga terdapat 18 butir pernyataan yang valid di variabel X yang akan digunakan untuk penelitian.

Sedangkan Pada uji reliabilitas variabel Y menunjukkan nilai Cronbach's Alpha yang dapat diterima karena $0,712 > 0,60$. Maka 6 butir pertanyaan pada variabel Y tersebut layak diuji atau dengan kata lain jawaban yang diberikan oleh responden adalah konsisten.

Selain itu dari uji t didapatkan data sebagai berikut:

1. variabel *Reliability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Loyalitas Nasabah. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak.
2. variabel *Assurance* tidak berpengaruh terhadap variabel Loyalitas Nasabah. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima.
3. variabel *Empathy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Loyalitas Nasabah. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak.
4. variabel *Tangible* tidak berpengaruh terhadap variabel Loyalitas Nasabah. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima.
5. variabel *Responsiveness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Loyalitas Nasabah. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak.

variabel *Efficiency* tidak berpengaruh terhadap variabel Loyalitas Nasabah. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima.

SIMPULAN

Berdasarkan dari penjelasan yang sudah dipaparkan di atas maka dapat disimpulkan bahwa adanya pengaruh langsung dan tidak langsung layanan mobile banking terhadap loyalitas nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiwarman Karim, *Bank Islam Analisa Fiqh dan Keuangan*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2004.
- Ansofino, dkk, *Buku Ajar Ekonometrika*, Yogyakarta: CV Budi Utama, 2016
- Beerli, dkk, "model of customer loyalty in the retail banking market, *European journal of marketing*", vol. 38 no. ½, 2004.
- Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Bandung: PT. Rosdakarya, 2013.
- Dwi Aryani dan Febrina Rosinta, "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Kualitas Pelanggan", *Jurnal Ilmu Administrasi Dan Organisasi*, Vol. 17, No. 2, 2010
- Evi Oktaviani Satriyanti, "Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah Dan Citra Bank Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Muamalat di Surabaya", *Journal Of Business And Banking*, Vol. 5 No. 2, Nov. 2012
- Hikmatul Wasilah, "Pengaruh layanan mobile banking terhadap kepuasan nasabah BRI Syariah cabang Mataram", *Skripsi*, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Mataram, 2016
- Harbies Suraone, "Pengaruh Kualitas Layanan Internet Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta", *Skripsi*, FEBI UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta 2018
- Hanafi Astika Kurniawati, Dkk, "Analisis Minat Penggunaan Mobile Banking Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Yang Telah Dimodifikasi", *Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, No 1, Vol IV, 2017
- Hartuti Candra Puji Lestari, "Analisis Pengaruh Layanan E-Banking Dan Tingkat Kepuasan Nasabah Dengan Religiusita

- Sebagai Variabel Moderating”, *Skripsi*, FEBI IAIN Salatiga, Salatiga 2018
- Imam Gunawan, *Pengantar Statistika Inferensial*, Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2016
- Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ismail, *Perbankan Syariah*, Jakarta : Kencana, 2016
- Irfan Nurahmadi Harish, “Pengaruh Kepercayaan Nasabah Dan Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah”, (*Skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah, 2017
- Ika Khoiratul Hani’ah, “Analisis Pengaruh Kualitas *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank Syariah Mandiri Cabang Semarang,” *Skripsi* Semarang, IAIN Walisongo, 2012
- John W. Creswell, *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed*, Edisi Ketiga, Bandung : Pustaka Pelajar, 2008.
- Jonathan Sarwono, *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006
- Komite Nasional Kebijakan Corporate Governance, *Pedoman Good Corporate Governance Perbankan Indonesia*, Januari 2004,
- Muhammad, *Sistem Bagi Hasil dan Prinsip Bank Syariah*, Yogyakarta: UII Press, 2016.
- Muammar Arafat Yusmad, *Aspek Hukum Perbankan Syariah dari Teori ke Praktik*, Yogyakarta: Deepublish, 2018.
- M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar pemasaran bank syariah*, Bandung: Alfabeta, 2010
- M. Iqbal Hasan, M.M., *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*, Bogor : Ghalia Indonesia, 2002.
- Philip Khotler, *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan Dan Implementasi Dan Kontrol*, Jilid I jakarta: Erlangga, 2001
- Rizka Hastuti Dan Aditya Wardhana, “Kualitas Layanan Mobile Banking Bank Syariah Mandiri Terhadap Kepuasan Nasabah”, “*E-Proceeding Of Management*, Vol. 5, No. 2, 2018
- Ridwan dan Sunarto, *Pengantar statistik*, Bandung: Alfabeta, 2007
- Sofyan Bachmid, Konsep Kualitas Layanan dan Implikasinya Terhadap Kepuasan Mahasiswa. <https://www.academia.edu>. (Diunduh pada Selasa, 23 Feb 2021.)
- Sjahrazad Masdar, dkk, *Manajemen Sumber Daya Manusia Berbasis Kompetensi Untuk Pelayanan publik*, Surabaya: Airlangga University Press, 2009
- Soegeng Wahyoedi Saporso, *Loyalitas Nasabah Bank Syariah Studi Atas Religitas, Kualitas Layanan, Trust, dan Loyalitas*, Yogyakarta : Deepublish, 2019
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung : Alfabeta, 2016.
- Sugiyono, *Statistik untuk penelitian*, Bandung: CV Alfabeta, 2010
- Yogi Yuliansyah, “Analisis Pengaruh Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Kelurahan Yogyakarta”, *Skripsi*, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2017