

PENGARUH KUALITAS LAYANAN *MOBILE BANKING* TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK ACEH SYARIAH DI KECAMATAN KUTA ALAM

Intan Diva

Universitas Islam Negeri Ar-Raniry

Farid Fathony Ashal

Universitas Islam Negeri Ar-Raniry

Ismail Rasyid Ridla Tarigan

Universitas Islam Negeri Ar-Raniry

Email: Intandivva20@gmail.com, faridfathony@gmail.com, ismail.rasyid@ar-raniry.ac.id

ABSTRACT:

Mobile banking services answer all the needs of customers in digital transactions, but also have problems with the lack of service features offered, so that they are not in line with customer expectations. The purpose of this study is to reveal the effect of mobile banking service quality on customer satisfaction at Bank Aceh Syariah in Kuta Alam District. This study uses a quantitative approach. The results showed that the quality of mobile banking services had a positive and significant effect on customer satisfaction, based on the coefficient of determination (R^2) test, it was obtained at 0.400 which means that the variable (X) of service quality can partially explain the relationship with the customer satisfaction variable (Y) by 40% and the remaining 60% , explained by other variables not explained in this study.

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction, Mobile Banking

ABSTRAK:

Layanan *mobile banking* menjawab segala kebutuhan nasabah dalam bertransaksi digital, tetapi juga memiliki kendala kurangnya fitur-fitur layanan yang ditawarkan, sehingga belum sesuai dengan harapan nasabah. Tujuan penelitian ini mengungkapkan pengaruh kualitas layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah Bank Aceh Syariah di Kecamatan Kuta Alam. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan kualitas layanan *mobile banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, berdasarkan uji koefisien determinasi (R^2) diperoleh sebesar 0,400 berarti variabel (X) kualitas layanan secara parsial dapat menjelaskan hubungan dengan variabel kepuasan nasabah (Y) sebesar 40% sisanya 60%, dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dijelaskan pada penelitian ini.

Kata Kunci : Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah, Mobile Banking

PENDAHULUAN

Menurut Undang-Undang RI Nomor 10 tahun 1998 tanggal 10 November 1998 tentang perbankan, yang dimaksud dengan bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.¹

Bank merupakan lembaga keuangan yang fungsi utamanya adalah menghimpun dana dari masyarakat, dan juga memberikan pelayanan dalam bentuk jasa-jasa perbankan.² Perbankan Indonesia memiliki banyak produk yang ditawarkan, seperti simpanan masyarakat berupa giro, deposito, tabungan.

Bank syariah adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip Syariah, yaitu aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana dan atau pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan Syariah. Bank Syariah beroperasi tidak berdasarkan bunga, sebagaimana yang lazim dilakukan oleh bank konvensional, karena bunga mengandung unsur riba yang jelas-jelas dilarang dalam Al Quran. Bank syariah beroperasi dengan menggunakan prinsip lain yang diperbolehkan oleh Syariah. Bagi Muslim yang tidak menghiraukan larangan ini, Allah dan Nabi Muhammad SAW menyatakan perang dengan mereka (QS. Al Baqarah: 279).³

Cara menciptakan layanan yang berkualitas, bank dapat membedakan dirinya sendiri dengan cara konsisten dengan menyampaikan mutu lebih tinggi pesaingnya, pihak bank melakukan interaksi dengan nasabah yang disertai umpan balik sebagai kontrol dan ukuran keberhasilan.

Kualitas layanan di tentukan oleh kemampuan perusahaan memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah sesuai dengan ekspektasi nasabah. Menciptakan kepuasan nasabah merupakan salah satu inti dari pencapaian profitabilitas jangka panjang bagi bank.

Kepuasan nasabah adalah manifestasi dan kelanjutan agar terciptanya kepuasan nasabah dalam menggunakan fasilitas maupun jasa pelayanan yang diberikan perusahaan, serta untuk tetap setia menjadi nasabah dari perusahaan tersebut. Kepuasan nasabah dapat diraih dengan adanya pelayanan yang memuaskan sesuai dengan harapan nasabah atau bahkan melebihi dari harapan nasabah. Apabila nasabah selalu merasa pelayanan yang diberikan oleh bank melebihi harapannya, artinya kecil kemungkinan

¹ Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014)

² Ismail, *Akuntansi Bank Teori dan Aplikasi Dalam Rupiah* (Jakarta: Perdana Media Group, 2010)

³ Gambaran Umum Bank Syariah. Diakses 1 Maret 2022 melalui <https://www.bi.go.id/>

nasabah beralih ke bank lain. Nasabah akan cenderung menggunakan kembali bank yang mampu memberikan pelayanan yang memuaskan dan biasanya akan mempromosikan pelayanan yang didapatkan kepada calon nasabah lain.

Perkembangan teknologi yang saat ini berkembang sangat cepat dan semakin canggih, perkembangan teknologi juga menghampiri dunia keuangan salah satunya perbankan hal tersebut ditunjukkan dengan adanya transaksi uang elektronik seperti pembayaran transaksi di toko yang telah berpartisipasi menggunakan *barcode*, uang elektronik, *acount billing*, dengan menggunakan *smartphone*.

Tabel 1. 1
Transaksi Uang Elektronik

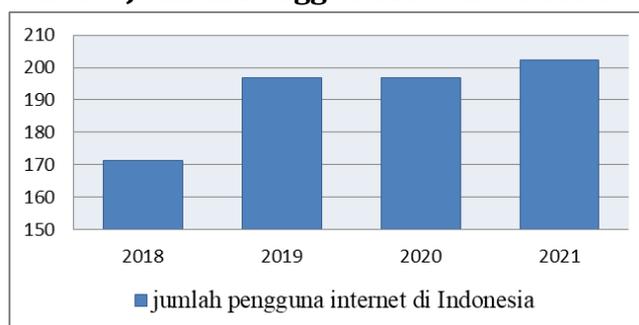
Tahun	Volume Transaksi	Nominal Transaksi (Dalam Jutaan Rupiah)
2017	943.319.933 kali	12.353.469
2018	2.922.698.950 kali	47.198.616
2019	5.266.699.919 kali	145.168.468
2020	4.625.703.561 kali	204.909.170
2021	4.386.152.681 kali	305.435.828

Sumber: Bank Indonesia (2021)

Dari tahun 2017 sampai tahun 2021 transaksi uang elektronik terus mengalami kenaikan baik dari sisi volume transaksi maupun nominal transaksi. Adanya fenomena transaksi uang elektronik saat ini tentu saja tidak terlepas adanya peran yang dilakukan oleh perbankan selaku lembaga yang menampung uang nasabah, peran dilakukan yaitu dengan disediakannya *electronic banking* yang terdiri dari ATM (*Automated Teller Machine*), EDC (*Electronic Data Capture*), *Internet Banking* dan *Mobile Banking*.

Untuk melakukan transaksi dengan *elektronik banking* tentu saja membutuhkan jaringan internet, Negara Indonesia sendiri menduduki peringkat yang tinggi sebagai negara dengan penggunaan internet terbanyak. Berdasarkan data dari APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) dari tahun 2018 sampai tahun 2021 menunjukkan bahwa setiap tahunnya pengguna internet terus bertambah dan terus mengalami kenaikan, di tahun 2018 pengguna internet mencapai 171,17 juta jiwa, pada tahun 2019 sampai 2020 kuartal II jumlah pengguna internet menjadi 196,7 juta jiwa, kemudian ditahun 2021 mengalami peningkatan mencapai 202,35 juta jiwa.

Gambar 1
Persentase Jumlah Pengguna Internet Di Indonesia



Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2021)

Setiap tahunnya penggunaan internet di Indonesia terus meningkat dan menunjukkan bahwa penggunaan internet sudah semestinya dilakukan disemua kegiatan khususnya dalam dunia perbankan. Penggunaan internet dalam dunia perbankan syariah merupakan hal yang sangat penting dengan tujuan memberikan layanan yang lebih memuaskan kepada nasabah.

Layanan perbankan berbasis digital yang cukup sering digunakan adalah *mobile banking* yaitu sebanyak 3,1% setelah ATM, hal ini diperkuat oleh data dari Bank Indonesia terkait pertumbuhan volume transaksi digital *banking* yang meningkat sebanyak 13,91% *year on year* menjadi Rp. 2774.5 Triliun (Sitanggang, 2021).

Mobile banking merupakan salah satu layanan jasa bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet, dan bukan merupakan bank saja yang hanya menyelenggarakan layanan perbankan melalui internet. *Mobile banking* membuka paradigma baru, struktur baru dan strategi yang baru bagi retail bank, dimana bank menghadapi kesempatan dan tantangan yang baru (Istiarni, 2014).

Menurut Fadlan dan Dewantara (2018) menyatakan penyelenggaraan *mobile banking* yang sangat dipengaruhi oleh perkembangan teknologi informasi dalam kenyataannya pada satu sisi membuat jalannya transaksi perbankan semakin mudah, akan tetapi disisi lain membuatnya juga semakin beresiko. Mengingat pada era modern *mobile banking* memiliki banyak manfaat untuk kebutuhan hidup, namun ada contoh kasus yang bahkan mengakibatkan kerugian bagi pihak bank maupun nasabah.

Selain itu *mobile banking* juga memiliki kendala yaitu seperti kurangnya pengetahuan akan kemudahan dan manfaat dari layanan *mobile banking* serta kurangnya pengetahuan akan fitur-fitur *mobile banking* yang sulit dipahami oleh nasabah karena masih banyaknya nasabah yang menyukai transaksi secara manual dan mengantri. Sehingga nasabah tidak merasa puas dengan layanan *mobile banking* tersebut. Karena pelayanan tidak sesuai dengan harapan nasabah atau tidak sesuai dengan ekspektasi.

Tolak ukur keberhasilan suatu bank, salah satunya bergantung pada kepuasan nasabah.

Bank Aceh Syariah meluncurkan layanan ini dengan tujuan agar memenuhi kebutuhan nasabah dan memudahkan nasabah dalam bertransaksi berbasis digital. Bank Aceh Syariah mengeluarkan layanan *mobile banking* yang diberi nama "*Action Mobile*".

Peneliti memilih Kecamatan Kuta Alam sebagai lokasi penelitian dikarenakan peneliti sudah melakukan penelusuran dilokasi tersebut dan peneliti mendapatkan data-data yang dibutuhkan untuk menjawab permasalahan yang ada pada penelitian ini. Kecamatan Kuta Alam adalah salah satu kecamatan di Kota Banda Aceh, kecamatan ini memiliki populasi terbesar pertama di Kota Banda Aceh, dengan luas kecamatan yaitu 10,2045 Km² (1020,45 Ha) dan memiliki 11 (sebelas) gampong. Tingkat kepadatan penduduk merupakan perbandingan rata-rata jumlah penduduk yang tinggal diwilayah tersebut dengan luas wilayah tempat dimana mereka tinggal. Kecamatan Kuta Alam memiliki tingkat kepadatan penduduk ditahun 2021 mencapai 42.505/jiwa.

Berdasarkan beberapa narasumber pengguna *Mobile Banking* Bank Aceh Syariah yang ada di Kecamatan Kuta Alam berpendapat bahwa, kualitas *mobile banking* yang ditawarkan masih dalam kategori rendah karena pada saat ingin diakses masih sering terjadi *error*, contohnya seperti ingin melakukan transfer pada waktu yang sudah larut malam biasanya akan bertuliskan layanan tidak tersedia. Namun, meski layanan *mobile banking* yang diterimanya lebih rendah dari yang diharapkan, ia mengaku tetap merasa puas dan akan menggunakannya kembali karena dengan adanya keberadaan layanan *mobile banking* tak perlu datang ke bank untuk melakukan berbagai transaksi.

Sementara, pendapat lain dari narasumber nasabah pengguna *mobile banking* Bank Aceh Syariah di Kecamatan Kuta Alam yang lainnya, berpendapat bahwa kualitas dari layanan *mobile banking* masih belum sesuai dengan apa yang diharapkan, ia berharap dengan hadirnya layanan *mobile banking* ia dapat memenuhi segala persoalan transaksi, namun kenyataannya belum memenuhi segala kebutuhannya karena ketika ingin membeli kouta data provider Tri dan provider lain yang tersedia pada layanan *mobile banking* hanyalah kouta data provider Telkomsel. Selain itu juga, ketika ia ingin membeli pulsa HP dengan nominal Rp. 10.000 yang tersedia pada *mobile banking* nominal Rp. 25.000 keatas. Meskipun begitu kualitas layanan *mobile banking* PT Bank Aceh Syariah belum sesuai dengan harapannya akan tetapi mengaku tetap merasa puas dan tetap menggunakannya.

Pernyataan lainnya disampaikan oleh nasabah pengguna *mobile banking*, bahwa menggunakan layanan *mobile banking* memang mudah dan dapat mempercepat transaksi serta menghemat waktu namun ia menyatakan

kurang percaya terhadap layanan *mobile banking* karena banyaknya berita terkait maraknya aksi pembobolan data.

Berdasarkan hasil pengalaman beberapa narasumber peneliti menarik kesimpulan bahwa aplikasi *mobile banking* Bank Aceh Syariah membawa manfaat bagi masyarakat karena dapat melakukan transaksi kapanpun dan dimanapun sehingga masyarakat tidak perlu keluar rumah untuk melakukan transaksi non tunai. Namun dalam beberapa hal terdapat ketidakpuasan dari nasabah sendiri serta terdapat persepsi kurang percaya terhadap layanan *mobile banking* karena banyaknya berita terkait maraknya aksi pembobolan data.

Nasabah menginginkan layanan yang berkualitas yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka. Terdapat hubungan yang erat antara kualitas layanan dan kepuasan nasabah. Kualitas layanan mendorong nasabah menjalin ikatan dengan bank dan memungkinkan bank menjadi harapan atas kebutuhan nasabah dan secara tidak langsung, dengan adanya keberadaan layanan *mobile banking* berpengaruh terhadap bagaimana kualitas pelayanan dari segala aktivitas transaksi perbankan yang dilakukan secara *online*, dan apakah nasabah puas atau tidaknya dengan setiap transaksi ataupun aktivitas yang dilakukan secara *online*.

Dalam penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Febriana (2016) dinyatakan bahwa masih ada gap (kesenjangan) antara harapan yang dimiliki oleh nasabah dengan persepsi nasabah atas kualitas pelayanan yang diberikan oleh bank syariah, sehingga hal ini mengindikasikan harapan nasabah lebih tinggi dari pada pelayanan yang diberikan oleh bank tersebut. Sebaliknya, jika pelayanan yang diberikan oleh bank syariah bagus maka akan dipersepsikan baik pula oleh nasabah. Hal ini sejalan dengan penelitian oleh Koestanto dan Yuniati (2014) yang menyebutkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan pemaparan masalah tersebut, kualitas layanan *mobile banking* sebuah bank syariah perlu diukur, agar kepuasan nasabah dalam menerima layanan dapat tercapai, maka berdasarkan *research gap* diatas peneliti tertarik untuk mengkaji dan melakukan penelitian lebih lanjut dengan memilih judul "Pengaruh Kualitas Layanan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Aceh Syariah Di Kecamatan Kuta Alam".

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan datanya menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis

yang telah ditetapkan.⁴ Jenis penelitian ini termasuk penelitian asosiatif kausal. Penelitian asosiatif adalah penelitian yang dilakukan untuk menganalisis hubungan atau pengaruh antara dua variabel atau lebih. Hubungan kausal adalah hubungan yang sebab akibat. Artinya, variasi pada X (variabel bebas) akan mempengaruhi variasi pada Y (variabel terikat).

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi yaitu masyarakat Kecamatan Kuta Alam yang berjumlah 42.505/jiwa (BPS Kota Banda Aceh, 2021).⁵ Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Berdasarkan jumlah populasi, maka peneliti melakukan pengambilan sampel. Adapun jumlah sampel ditentukan berdasarkan rumus slovin.⁶ Perhitungan sampel dengan menggunakan rumus slovin adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

$$n = \frac{42.505}{1 + 42.505 \cdot (0,1)^2}$$

$$n = \frac{42.505}{1 + 42.505 \cdot (0,01)}$$

$$n = \frac{42.505}{426.05}$$

$$n = 99,76$$

Berdasarkan rumus tersebut dengan tingkat kesalahan 10%. Maka diperoleh sampel sebanyak 99,76 dibulatkan menjadi 100 sampel. Jadi pada penelitian ini diberikan beberapa pernyataan yang disusun kepada 100 responden yang diambil untuk mewakili populasi masyarakat Kecamatan Kuta Alam.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan menggunakan kuesioner.

Teknik analisis data menggunakan uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier sederhana, uji hipotesis, uji koefisien determinasi.

PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini sebanyak 100 responden dari nasabah Bank Aceh Syariah Di Kecamatan Kuta Alam terbagi berdasarkan jenis

⁴ Sugiyono. *Metode Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. (Bandung: Alfabeta, 2015)

⁵ Badan Pusat Statistik 2021. Diakses 2 Maret 2021 melalui <https://bandaacehkota.bps.go.id>

⁶ Priyono. *Metode Penelitian Kuantitatif*. (Sidoarjo: Zifatama Publishing, 2008)

kelamin, usia, tingkat pendidikan, pekerjaan, lamanya responden menjadi nasabah di bank tersebut. Berdasarkan hasil pengolahan kuesioner maka diperoleh data sebagai berikut:

Tabel 1 Deskripsi Responden

1. Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	32	32%
Perempuan	68	68%
2. Usia		
16-25 tahun	75	75%
25-35 tahun	14	14%
36-40 tahun	8	8%
> 40 tahun	3	3%
3. Tingkat Pendidikan		
SD s/d SMA	19	19%
D3	5	5%
S1	62	62%
Pasca (S2/S3)	14	14%
4. Pekerjaan		
PNS/TNI/POLRI	20	20%
Pelajar/mahasiswa	66	66%
Karyawan swasta/wiraswasta	12	12%
Ibu rumah tangga/pensiun	2	2%
5. Lamanya Menjadi Nasabah		
Kurang dari 1 tahun	11	11%
1 tahun	22	22%
Lebih dari 3 tahun	66	66%

Sumber: Data primer diolah, 2022

Uji Instrumen Data

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dapat dikatakan valid apabila pertanyaan yang terdapat pada kuesioner mampu untuk menjelaskan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.⁷ Kuesioner dibagikan kepada 100 responden yang merupakan nasabah pengguna *mobile banking* Bank Aceh Syariah di Kecamatan Kuta Alam.

Pada penelitian ini dilakukan uji signifikan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$, di mana n adalah jumlah responden, dimana tingkat signifikansi 10% ($\alpha=0.1$) Maka df = $100 - 2$ atau $df = 100$ sehingga r_{tabel} adalah 0,1966. Uji validitas pada penelitian ini menggunakan *pearson correlation*.

Suatu pernyataan dapat dikatakan valid apabila r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Apabila nilai r_{hitung} (dalam output SPSS dinotasikan sebagai *corrected*

⁷ Ghozali, Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2009).

item total correlation) hasilnya positif dan $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka akan dapat dikatakan bahwa item pertanyaan tersebut adalah valid. Demikian juga berlaku sebaliknya, apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka dapat dikatakan bahwa item dari pertanyaan tersebut tidak valid. Hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 2 Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Kualitas Layanan (X)	X1	0,580	0,1966	Valid
	X2	0,580	0,1966	Valid
	X3	0,573	0,1966	Valid
	X4	0,606	0,1966	Valid
	X5	0,730	0,1966	Valid
	X6	0,704	0,1966	Valid
	X7	0,681	0,1966	Valid
	X8	0,652	0,1966	Valid
	X9	0,635	0,1966	Valid
	X10	0,671	0,1966	Valid
	X11	0,658	0,1966	Valid
	X12	0,629	0,1966	Valid
	X13	0,604	0,1966	Valid
	X14	0,710	0,1966	Valid
	X15	0,661	0,1966	Valid
	X16	0,664	0,1966	Valid
	X17	0,563	0,1966	Valid
Kepuasan Nasabah (Y)	Y1	0,734	0,1966	Valid
	Y2	0,665	0,1966	Valid
	Y3	0,669	0,1966	Valid
	Y4	0,702	0,1966	Valid
	Y5	0,744	0,1966	Valid
	Y6	0,691	0,1966	Valid
	Y7	0,736	0,1966	Valid
	Y8	0,705	0,1966	Valid
	Y9	0,537	0,1966	Valid
	Y10	0,625	0,1966	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2022

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa setiap pertanyaan/pernyataan dalam instrumen yang digunakan dinyatakan valid. Hal ini dapat diketahui dengan membandingkan setiap nilai r_{hitung} (*pearson correlation*) pada kolom 4 dengan r_{tabel} pada kolom 3, dan hasilnya menunjukkan bahwa nilai r_{hitung} (*pearson correlation*) setiap komponen pertanyaan/pernyataan lebih besar dari pada r_{tabel} nya (0,1966).

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana kuesioner yang digunakan dapat memperlihatkan kestabilan dari hasil penelitian berikutnya dengan kondisi yang tetap.⁸

Tabel 3 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of items	Keterangan
Kualitas Layanan (X)	0,909	17	Reliabel
Kepuasan Nasabah (Y)	0,854	10	Reliabel

Sumber: Data primer diolah, 2022

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa setiap pertanyaan/ Pernyataan dalam instrumen yang digunakan dinyatakan reliabel. Hal ini dapat diketahui dengan membandingkan setiap nilai *Cronbach's Alpha*, dan hasilnya menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* setiap komponen pertanyaan/ pernyataan lebih besar dari pada > 0,6.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah data yang akan digunakan dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak.⁹ Pada penelitian ini untuk mengetahui apakah data yang digunakan dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak maka dilakukan dengan menggunakan nilai rasio *skewness* dan *kurtosis*. Ketentuan apakah data terdistribusi normal atau tidak dengan melihat jika nilai rasio *skewness* dan *kurtosis* berada diantara -2 sampai dengan +2 maka data berdistribusi normal.¹⁰

Tabel 4 Hasil Uji Normalitas

	N	Mean	Skewness		Kurtosis	
	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error

⁸ Ghozali, Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2012).

⁹ *Ibid*

¹⁰ Ghozali, Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013).

Unstandardized Residual	100	0,0000000	-0,168	0,241	0,727	0,478
Valid N (listwise)	100					

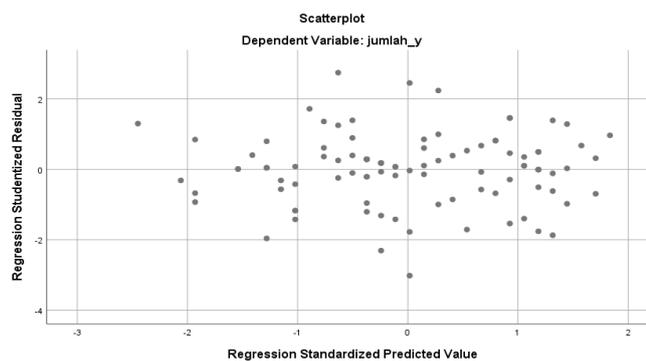
Sumber: Data primer diolah, 2022

Hasil uji *Skewness-Kurtosis test* memiliki nilai sebagai berikut, nilai *skewness / Std. Error* = $-0,168 / 0,241 = -0,697$. Sedangkan nilai *kurtosis / Std. Error* = $0,727 / 0,478 = 1,520$ sehingga dapat di asumsikan bahwa normalitas dalam uji *Skewness-Kurtosis test* terpenuhi karena berada pada rentang -2 sampai $+2$ dengan rasio *skewness* $-0,697$ sedangkan rasio *kurtosis* $1,520$ dapat diasumsikan bahwa data terdistribusi normal.

2. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heterokedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan. Sebuah model regresi yang tidak baik adalah yang tidak memiliki heterokedastisitas.

Gambar 2 Hasil Uji Heterokedastisitas



Sumber: Data primer diolah, 2022

Berdasarkan gambar diatas hasil pengujian heterokedastisitas, dapat dilihat bahwa titik-titik pada *scatterplot* menyebar secara merata atau tidak membentuk pola tertentu yang jelas, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heterokedastisitas.

Uji Regresi Linear Sederhana

Regresi linier sederhana digunakan hanya untuk satu variabel bebas (*independent*) dan satu variabel tak bebas (*dependent*). Tujuan penerapan metode ini adalah untuk meramalkan atau memprediksi besaran nilai variabel terikat (*dependent*) yang dipengaruhi oleh variabel bebas (*independent*).¹¹

¹¹ Siregar, S. *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS versi 17*. (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2013)

Tabel 5 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9,499	3,758		2,528	0,013
	Kualitas Layanan (X)	0,432	0,053	0,637	8,187	0,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Y)

Sumber: Data primer diolah, 2022

Hasil perhitungan koefisien regresi sederhana diatas memperlihatkan nilai koefisien konstanta adalah sebesar 9,499 koefisien variabel (X) adalah sebesar 0,432. Sehingga diperoleh persamaan regresi :

$$Y = 9,499 + 0,432X$$

Berdasarkan persamaan diatas diketahui nilai konstantanya sebesar 9,499. Secara sistematis, nilai konstanta ini menyatakan bahwa variabel Kualitas Layanan bernilai tetap atau konstant, maka besarnya Kepuasan Nasabah adalah 9,499.

Pengujian Hipotesis

1. Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Uji statistik memiliki tujuan untuk menunjukkan sejauh mana pengaruh satu variabel penjelas (independen) secara individual dalam menerangkan variabel terikat (dependen)¹². Dalam penelitian ini digunakan tingkat signifikan 0.1 ($\alpha = 10\%$).

Untuk menguji hipotesis apakah diterima atau ditolak adalah dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} . Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima, dan jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak.

Tabel 6 Hasil Pengujian t (Parsial)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9,499	3,758		2,528	0,013

¹² Sujarweni, V. W. *Metodologi Penelitian Ekonomi & Bisnis*. (Yogyakarta: PT. Pustaka Baru, 2015)

	Kualitas Layanan (X)	0,432	0,053	0,637	8,187	0,000
a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Y)						

Sumber: Data primer diolah, 2022

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa $t_{hitung} = 8,187$ dengan $t_{tabel} 1,290$. Maka secara statistik diketahui bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($8,187 > 1,290$) dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,10$. Dengan demikian, dapat diketahui bahwa variabel kualitas layanan (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah (Y). Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak atau H_a diterima.

2. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) menunjukkan sejauh mana tingkat hubungan antar variabel independen yaitu kualitas layanan (X) dengan variabel dependen yaitu kepuasan nasabah (Y) atau sejauh mana kontribusi variabel independen memengaruhi variabel dependen.

Tabel 7 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,637 ^a	0,406	0,400	4,040
a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan (X)				
b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Y)				

Sumber: Data primer diolah, 2022

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa koefisien determinasi R^2 diperoleh hasil yaitu sebesar 0,400 yang berarti variabel (X) kualitas layanan secara parsial dapat menjelaskan hubungan dengan variabel kepuasan nasabah (Y) sebesar 40% sedangkan sisanya yaitu 60%, dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dijelaskan pada penelitian ini.

Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis yang telah diuraikan di atas, maka secara keseluruhan pembahasan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut.

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi kualitas layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah pada tabel 7 diperoleh nilai (R^2) yaitu sebesar 0,400. Hal ini memiliki arti bahwa pengaruh kualitas layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah sebesar $0,400 = 40\%$ dan sisanya 60% dipengaruhi oleh faktor lain. Berdasarkan hasil uji t pada tabel 6 diperoleh nilai signifikansi dari variabel kualitas layanan *mobile banking* sebesar $0,000 < 0,01$ ($sig < \alpha = 10\%$) sehingga H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa

kualitas layanan *mobile banking* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Aceh Syariah di Kecamatan Kuta Alam. Nilai koefisien regresi variabel kualitas layanan *mobile banking* sebesar 0,432. Nilai koefisien positif menunjukkan adanya hubungan yang searah antara kualitas layanan *mobile banking* dengan kepuasan nasabah. Dengan pelayanan yang dapat diandalkan, cepat, kemudahan bertransaksi, dapat digunakan kapanpun dan dimanapun, fitur-fitur yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan, tampilan jelas dan menarik sehingga dapat memberikan pandangan lebih dari nasabah karna dapat memenuhi segala kebutuhannya dalam bertransaksi. Jika kualitas layanan *mobile banking* ditingkatkan maka kepuasan nasabah menjadi meningkat. Hal ini terbukti dari hasil kuesioner berdasarkan indikator kualitas layanan menunjukkan jawaban responden terhadap variabel kualitas layanan sangat setuju dan setuju.

Hasil penelitian ini diperkuat dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Harish (2017) yang hasil penelitiannya menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas layanan *mobile banking* yang di berikan Bank Mandiri Syariah maka akan nasabah semakin merasa puas dengan layanan tersebut.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Afifah (2017), menyatakan bahwa pengaruh kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah, artinya kenaikan kualitas layanan akan diikuti oleh kepuasan nasabah secara signifikan. Sehingga jika semakin tinggi kualitas layanan yang diberikan oleh PT. Bank Syariah Mandiri KCP Patal Palembang makin semakin besar pula tingkat kepuasan.

Penelitian yang dilakukan oleh Khusna (2020) di dalam penelitiannya diperoleh hasil bahwa Kualitas Layanan *Mobile Banking* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah KC. Manado. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas layanan *mobile banking* yang di berikan PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah maka akan nasabah semakin merasa puas dengan layanan tersebut.

Parasuraman, Zeithaml, dan Berry yang dikutip oleh Thomas, dkk menunjukkan bahwa kualitas layanan yang diberikan harus sesuai dengan apa yang diharapkan oleh nasabah. Meningginya tingkat kesesuaian antara harapan dengan kualitas layanan yang diberikan perusahaan, merupakan tanda terciptanya nilai kepuasan yang maksimal.

Dalam penelitian terdahulu, Thomas, dkk meneliti kesenjangan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan. Dalam penelitian tersebut, Thomas, dkk membuktikan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Artinya semakin tinggi kualitas layanan, semakin tinggi pula kepuasan pelanggan. Kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan karena memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalani ikatan yang kuat dengan perusahaan. Dalam

jangka panjang, ikatan ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan dan kebutuhan mereka.

KESIMPULAN

Setelah melakukan penelitian serta melakukan pengambilan data dari nasabah pengguna *mobile banking* Bank Aceh Syariah di Kecamatan Kuta Alam. Maka peneliti menarik kesimpulan dari rumusan masalah yang ada yaitu tingkat variabel kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yang memperoleh nilai sig untuk variabel kualitas layanan *mobile banking* sebesar $0,000 < 0,01$ (sig $< \alpha=10\%$) sehingga H_0 ditolak. Kemudian, berdasarkan pengujian yang telah dilakukan dengan uji koefisien determinasi diketahui nilai R^2 *model Summary* diperoleh hasil yaitu sebesar 0,400 yang berarti variabel (X) kualitas layanan secara parsial dapat menjelaskan hubungan dengan variabel kepuasan nasabah (Y) sebesar 40% sedangkan sisanya yaitu 60%, dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dijelaskan pada penelitian ini.

Jadi dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan *mobile banking* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Aceh Syariah di Kecamatan Kuta Alam. Jika kualitas pelayanan semakin meningkat maka kepuasan nasabah juga akan meningkat, sebaliknya jika kualitas layanan yang ada menurun maka kepuasan nasabah juga dapat menurun.

Daftar Pustaka

- Arianto W, Ronni. (2017). *Be A Moslempreneur: Menjadi Pengusaha Muslim yang Sukses dan Berkah*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Arif, M. Nur Rianto Al. (2010). *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, Suharsimi. (2002). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto. (2005). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- _____. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.h
- Bank Indonesia. (2007). "Pedoman Penerapan Manajemen Risiko Dalam Penggunaan Teknologi Informasi Oleh Bank Umum." *Direktorat Penelitian dan Pengaturan Perbankan*.

Gaspersz, Vincent. (1997). *Manajemen Kualitas : Penerapan Konsep-konsep Kualitas Dalam Manajemen Bisnis Total*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Ghozali. Imam. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

_____. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, Cetakan kelima. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

_____. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, Cetakan kelima. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

_____. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*, Cetakan kedelapan. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Handayani, Yuli. (2015). Pengaruh Transparansi dan Akuntabilitas Terhadap, Pengelolaan Keuangan Partai Politik (Studi pada 9 Partai di kota bandung). *Skripsi*: Universitas Pasundan.

Hidayat, Rachmad. (2009). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. Vol. 11. No. 1.

<https://apijii.co.id>

Husein, Umar. (2009). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Ikatan Bankir Indonesia. (2014). *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Ismail, (2010). *Akuntansi Bank Teori dan Aplikasi Dalam Rupiah*. Jakarta: Perdana Media Group

Kaihatu, Thomas S, dkk. (2015). *Manajemen Komplain*. Yogyakarta: Andi.

Kasmir. (2012). *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Rajawali Pers.

Kasmir. (2014). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Machfoedz. (2005). *Pengantar Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN.

Poerwadarminta, Wilfridus Josephus Sabarija (2005). *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.

Prastowo, A. (2016). *Memahami Metode-Metode Penelitian: Suatu Tinjauan Teoritis & Praktis*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.

Priyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Sidoarjo: Zifatama Publishing.

Rangkuti, Freddy. (2013). *Customer Service Satisfaction & Call Center Berdasarkan Iso 9001*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Ratminto, dkk. (2018). *Pelayanan Prima: Pedoman Penerapan Momen Kritis Pelayanan dari A sampai Z*. Yogyakarta: UGM Press.

Siregar, S. (2013). *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS versi 17*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.

Sitinjak, Tony, dkk. (2004). *Model Matriks Konsumen untuk Menciptakan Superior Customer Value*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

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

Sugiyono. (2005). *Metode Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta.

_____. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

_____. (2016). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi Penelitian Ekonomi & Bisnis*. Yogyakarta: PT. Pustaka Baru.

Sumarni, Murti. (2011). *Manajemen Pemasaran Bank*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.

Sumarwan, Ujang, dkk. (2013) *Riset Pemasaran dan Konsumen*. Seri 1. Bogor: IPB Press.

Tjiptono, Fandy. (2006). *Perspektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer*. Yogyakarta: Andi.

Yuniarti, Vinna Sri. (2015). *Perilaku Konsumen: Teori dan Praktik*. Bandung: Pustaka Setia.

www.bankaceh.co.id