

Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada PT. Bank Pembangunan Daerah Papua, KCU Jayapura)

Markus Setiawan Soumokil,¹ Agustinus Numberi,² Wehelmina Federika Heipon³

^{1,2,3}Universitas Cenderawasih, Indonesia

markussetiawansoumokil13@gmail.com, numberi.agus75@gmail.com

Article History

Received: 3-6-2024

Revised: 20-7-2024

Published: 24-8-2024

Keywords:

Mobile banking service
quality, Mobile banking,
Customer satisfaction

Abstract: *The Effect of Mobile Banking Service Quality on Customer Satisfaction of PT. Bank Pembangunan Daerah Papua, KCU Kota Jayapura.. The purpose of this study is to find out and analyze the influence of the quality of mobile banking services on customer satisfaction at PT. Papua Regional Development Bank, KCU Jayapura. The research method used in the sampling technique is non-probability sampling with the Accidental Sampling Technique, where this type of sampling technique is based on the determination of the sample by accident (accidental). The data was tested using validity tests, reliability tests, normality tests, multicollinearity tests, heteroscedasticity tests and statistical data tests. And the results of this study show that the quality of mobile banking services affects customer satisfaction PT. Bank Pembangunan Daerah Papua, KCU Jayapura. As evidenced by the results of the t-test, the gis value for the mobile banking service quality variable was $0.001 < 0.05$ and the tcount value was greater than the ttable ($16.619 > 1.984$). The magnitude of the influence of mobile banking service quality variables on customer satisfaction was 73.8%.*

KataKunci:

Kualitas layanan mobile
banking, Mobile banking,
Kepuasan nasabah

Abstrak: Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Pembangunan Daerah Papua, KCU Kota Jayapura. Tujuan Penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas layanan penggunaan mobile banking terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Pembangunan Daerah Papua, KCU Jayapura. Metode penelitian yang digunakan dalam teknik pengambilan sampel adalah non – probability sampling dengan Teknik Accidental Sampling, yang mana teknik pengambilan sampel jenis ini berdasarkan penentuan sampel secara tidak sengaja (Kebetulan/Accidental). Data diuji dengan menggunakan uji validitas, uji reabilitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastitas dan uji data statistik data diolah dengan analisis regresi linear sederhana dengan bantuan software SPSS versi 27. Dan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan mobile banking berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Pembangunan Daerah Papua, KCU Jayapura. Yang dibuktikan dengan hasil uji t memperoleh nilai sig untuk variabel kualitas layanan mobile banking sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($16,619 > 1,984$). Besarnya pengaruh variabel kualitas layanan mobile banking terhadap kepuasan nasabah adalah 73,8%.

PENDAHULUAN

Pada zaman yang modern ini peran teknologi informasi (TI) dalam bisnis tidak dapat diragukan lagi. Banyak perusahaan di dunia berkeinginan untuk mengubah dirinya menjadi pelopor bisnis global melalui berbagai investasi besar dalam e-business, e-commerce, dan teknologi informasi lainnya. Pengelolaan sistem dan teknologi informasi yang mendukung proses bisnis modern perusahaan saat ini adalah tantangan besar untuk para manajer bisnis dan TI serta para praktisi bisnis, teknologi informasi juga berperan sebagai pemicu dalam perubahan sosial kemasyarakatan di berbagai aspek, termasuk salah satunya di bidang perbankan (O'Brian, David, & Detmar, 2005).



Revolusi 4.0, menjadi salah satu tanda bahwa kemajuan teknologi informasi membawa dampak yang mengubah perilaku hidup manusia, karena kini manusia sangat tergantung pada penggunaan internet yang dapat di akses menggunakan handphone ataupun komputer. Perkembangan teknologi ini juga mengubah pola kerja terhadap beberapa sektor industri, termasuk industri keuangan. Industri jasa keuangan menjadi salah satu sektor yang ikut terbawa arus dirupsi teknologi informasi, yang pada akhirnya mengubah pola bisnis jasa keuangan. Saat ini perkembangan teknologi membuat munculnya persaingan antara industri keuangan perbankan dengan fintech (financial technology), yang akhirnya membuat industri perbankan harus keluar dari zona nyamannya dengan melakukan transformasi serta juga inovasi dalam pola bisnisnya.

Perkembangan teknologi informasi saat ini juga membuat perbankan turut bertransformasi menjadi bank digital atau digital banking. Menurut Peraturan OJK (POJK) Nomor 12/POJK.03/2021 Bab IV, dikatakan bahwa bank digital adalah Bank Berbadan Hukum Indonesia (BHI) yang menyediakan dan menjalankan kegiatan usaha yang utamanya melalui saluran elektronik tanpa kantor fisik selain kantor pusat (KP), atau dapat menggunakan kantor fisik yang terbatas.

Saat ini perbankan berlomba – lomba melakukan inovasi digital sebagai bentuk untuk mempertahankan nasabah, menjaring nasabah, dan meningkatkan persaingan antar bank. Digital banking juga banyak membawa perubahan pada pola pelayanan perbankan untuk memenuhi kebutuhan nasabah saat bertransaksi.

Munculnya digital banking ini membuat nasabah tidak perlu kesusahan lagi mengatur waktunya mendatangi kantor bank jika ingin melakukan aktivitas perbankan seperti transaksi setor uang, Tarik dana, transfer uang, pembayaran kartu kredit dan lain – lain, sebagaimana yang sebelumnya dilakukan nasabah pada bank. Maka dengan adanya pengembangan layanan akan jasa dan produk perbankan yang di adaptasi oleh perkembangan teknologi informasi, melalui adanya digital banking ini membuat para nasabah terbantu dalam melakukan aktivitas perbankan dengan lebih efisien dan efektif.

Sebagai lembaga penyedia jasa keuangan, sudah sepatutnya perbankan harus membuat para nasabahnya merasa puas dalam melakukan pelayanannya, karena kepuasan nasabah adalah faktor terpenting yang menjadi tolak ukur konsumen/nasabah dalam menilai suatu produk barang atau jasa.

Kepuasan adalah bentuk perasaan senang yang muncul terhadap sesuatu kejadian yang dialami, dalam dunia bisnis kepuasan merupakan bentuk ungkapan dari perasaan konsumen yang muncul terhadap sebuah produk barang atau jasa dalam bisnis tersebut, sehingga bisa membuat para konsumen akan setia memakai produk barang atau jasa tersebut dalam waktu yang lama. Menurut Djaslima Saladin (2003), mengatakan kepuasan pelanggan adalah perasaan senang, maupun kecewa seseorang terhadap yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan – harapannya.

Untuk itu agar mampu memenuhi rasa kepuasan dari setiap nasabah terhadap produk barang atau jasa yang dimiliki, perbankan kini menghadirkan produk digital Mobile - Banking atau M- Banking yaitu layanan yang dapat membantu nasabah dalam melakukan transaksi perbankan melalui ponsel atau smartphone. Mobile - banking hadir dengan berbagai macam fitur layanan yang mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi keuangan fitur – fitur layanan yang di tawarkan dalam Mobile - banking ini berupa, fitur transfer antar bank, fitur pembayaran air, telepon, listrik, dan internet, fitur pembayaran kartu kredit, fitur pembayaran pajak dan lain sebagainya.

Selain tawaran fitur layanan yang menarik, fungsi dari Mobile - banking juga

sangat banyak antara lain, membantu nasabah untuk melakukan pengecekan saldo dan riwayat transaksi (mutase rekening), menunjukkan laporan dan ringkasan aktivitas keuangan nasabah (kredit dan debit), membantu nasabah melakukan aktivitas tarik tunai tanpa kartu, dan juga membuat nasabah dalam melakukan pembayaran non – tunai melalui Qris (Quick Response Code Indonesia).

Mobile - banking juga mempunyai kelebihan seperti mudah untuk diakses dimana saja dan kapan saja, memiliki fitur yang mudah di mengerti, menghemat waktu para nasabah, serta biaya. Karena nasabah tidak perlu lagi datang ke kantor bank ataupun ATM jika ingin melakukan transaksi. Mobile - banking hanya perlu diakses menggunakan smartphone dan internet selama melakukan transaksi.

Keamanan dari Mobile - banking ini sudah terjamin karena aplikasi ini membutuhkan kode akses tersendiri agar dapat masuk ke akun nasabah yang sudah terdaftar. Namun dari kelebihan – kelebihan yang terdapat dari aplikasi Mobile - banking ini, ada juga kekurangan dari aplikasi Mobile - banking yaitu Mobile - banking rentan terhadap risiko penipuan “smishing”, selain itu untuk mengaktifkan aplikasi ini nasabah akan terkena biaya SMS sebagai awal membuka akun Mobile - banking untuk mendapatkan kode OTP. Mobile - banking aplikasi ini hanya dapat digunakan melalui smartphone saja dan tidak bisa diakses menggunakan PC, maupun laptop.

Dengan adanya Teknologi Informasi ini, membuat beberapa perusahaan perbankan memanfaatkan kondisi ini dengan mulai menghadirkan digital banking. Melalui Internet Banking, Sms Banking, Mobile banking dan lain sebagainya, untuk meningkatkan performa pelayanan perbankan. Saat ini penggunaan digital bank melalui aplikasi Mobile - banking tercatat sebagai aplikasi dengan pengguna terbanyak, seiring dengan tingginya kesadaran masyarakat akan penggunaan Digital Bank.

Kini dunia perbankan gencar mengeluarkan produk Mobile Bankingnya, mulai dari bank konvensional maupun Bank Daerah. Sebagai satu – satunya Bank Pembangunan Daerah di Wilayah Papua, yang dikenal dengan nama BANK PAPUA. Saat ini Bank Papua sudah turut serta menghadirkan aplikasi Mobile - bankingnya yang diberinama New Papua Mobile by bank papua (PAPUA MOBILE).

Aplikasi ini baru di luncurkan untuk membantu meningkatkan kualitas pelayanan Bank Papua Terhadap nasabahnya, sehingga dengan hadirnya New Papua Mobile banking, Bank Papua berharap dapat memberikan pengalaman baru kepada nasabahnya lewat aplikasi ini nasabah pada Bank.Pembangunan Daerah akan merasakan pengalaman melakukan transaksi secara virtual dari mana saja dan kapan saja walaupun berada di pelosok – pelosok daerah yang ada di papua nasabah tidak akan merasa kesulitan untuk melakukan aktivitas perbankan sehingga nasabah dapat merasa terpuaskan dengan hadirnya layanan digital meraka.

Bank Pembangunan Daerah Papua atau Bank Papua meluncurkan aplikasi New Papua Mobile Banking menggantikan aplikasi Mobile banking bank Papua yang lama, alasannya dikarenakan ingin meningkatkan kualitas layanan pada aplikasi. Sehingga dengan peningkatan kualitas layanan yang di kemas semakin modern dan kekinian diharapkan dapat menarik nasabah dalam menikmati aplikasi yang semakin modern dengan fitur – fitur yang baru dan mudah untuk digunakan oleh para nasabahnya, dan juga dapat menjawab kebutuhan serta memenuhi keinginan nasabahnya dalam meningtkan kualitas pelayanannya.

Dari pembahasan di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada Bank Pembangunan Daerah Papua dengan Judul : “Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Pembangunan Daerah Papua.”

METODE

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan kepada nasabah Bank Pembangunan Daerah Papua KCU Jayapura yang berlokasi di Jalan A yani no 50 – 7 jayapura papua.

2. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah sekumpulan objek yang menjadi pusat perhatian karena padanya terdapat informasi yang ingin diketahui. Sugiyono (2010:80) menjelaskan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudia ditarik kesimpulannya. Maka dari itu penulis menerapkan populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan nasabah Bank Pembangunan Daerah Papua KCU Jayapura.

b. Sampel

Sampel adalah Sebagian dari populasi yang memiliki karakteristik untuk di selidiki dan di anggap bisa mewakili keseluruhan populasi, karena sampel memiliki jumlah yang sedikit dari pada populasi. Dalam penelitian ini metode yang di pakai adalah metode non – probability sampling dengan Teknik Accidental Sampling, yang mana teknik pengambilan sampel jenis ini berdasarkan penentuan sampel secara tidak sengaja (kebetulan/accidental). Penelitian ini akan mengambil sampel pada orang yang kebetulan bertemu dengan peneliti sehingga orang tersebut akan dijadikan sebagai responden. Untuk menentukan jumlah sampel dari seluruh nasabah yang ada maka akan menggunakan rumus yang tertera dibawah ini, karena jumlah populasi nasabah pada Bank Pembangunan Daerah Papua di Jayapura belum diketahui. Berikut rumus yang akan digunakan :

$$N^2$$

$$n = 4(moe)^2$$

$$1,96^2$$

$$n = 4(0,1)^2$$

$$n = 96,04$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel N = Jumlah Populasi

Z = Margin Keyakinan yang dalam penentuan sampel 95% = 1,96 Moe = Margin of error / kesalahan maksimum yang bisa ditoleransi,disini

Ditetapkan sebesar 10%

Berdasarkan hasil perhitungan, jumlah sampel minimal yang dapat digunakan adalah 96,04 atau dibulatkan menjadi 96 responden (Supranto,2001). Supaya penelitian sampel yang diambil representative, maka diambil sampel sebanyak 100 orang.

3. Jenis dan Sumber Data

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian Kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang datanya berupa angka dan dapat di ukur secara numerik sebagai alat untuk menganalisis keterangan tentang apa yang ingin diketahui.

Tujuan peneliti menggunakan jenis penelitian kuantitatif yakni agar dapat mengetahui pengaruh terhadap variabel independent dan variabel dependen yang

kemudian digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan Mobile Banking terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Pembangunan Daerah Papua di Jayapura.

1) Data Primer

Adalah data yang didapatkan melalui objek yang diteliti secara langsung dari sumbernya. Kemudian data ini akan dikumpulkan oleh peneliti yang merupakan jawaban dari kuesioner yang telah disebar, dan kemudian telah diisi oleh para nasabah bank Pembangunan daerah papua Jayapura, atau yang disebut dengan responden dan kemudian akan disusun kedalam penelitian yang dilakukan.

2) Data Sekunder

Adalah data yang didapatkan dari sumber yang Sudah ada seperti buku, jurnal, internet, majalah, skripsi, dan literatur yang telah dikeluarkan lembaga terkait serta juga merupakan laporan atau bahan Pustaka yang merupakan hasil dari penelitian terdahulu. Pada penelitian ini data yang digunakan berasal dari buku, jurnal, dan internet.

4. Teknik Pengumpulan Data

Didalam penelitian ini diperlukan Teknik dan alat pengumpulan data yang relevan agar bisa mendapatkan informasi serta data yang sesuai dengan topik penelitian yang diperlukan. Sehingga dalam penelitian ini pengumpulan data menggunakan Teknik sebagai berikut :

1. Studi Lapangan

Cara pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mendatangi lokasi penelitian. Adapun cara memperoleh data sebagai berikut :

a. Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung pada objek yang akan diteliti (Lingkungan usaha ataupun Perusahaan).

b. Kuesioner (Angket)

Kuesioner atau angket adalah sekumpulan pertanyaan yang disusun oleh peneliti yang akan diberikan kepada informan atau responden dengan tujuan mendapatkan informasi tentang topik yang diteliti. Menurut Sugiyono (2017) Kuesioner atau angket adalah Teknik pengumpulan yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Untuk mengukur data nominal yang terdapat dalam kuesioner dipenelitian ini maka Teknik yang digunakan adalah pilahan ganda (multiple choice).

Dalam kuesioner atau angket ini telah dirumuskan jawaban atas pertanyaan dengan lima pilihan antara lain :

1. S = Setuju
2. SS = Sangat Setuju
3. N = Kurang Setuju
4. TS = Tidak Setuju
5. STS = Sangat Tidak Setuju

c. Studi Kepustakaan

Agar mendapatkan data yang relevan dan sesuai dengan permasalahan yang diteliti membuat penulis membutuhkan referensi dari berbagai sumber yang tersedia seperti buku – buku ataupun karya ilmiah yang berhubungan dengan penelitian.

Metode Analisis Data

1. Uji Instrumen Penelitian

Analisis data adalah proses dalam Menyusun data yang telah di dapatkan agar dapat uraikan. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif, meliputi :

a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan alat ukur yang memiliki fungsi untuk mengukur apa saja yang ingin diukur. Uji validitas menggambarkan kondisi pengujian instrumen atau item apakah benar – benar mampu untuk menunjukkan faktor yang diukur atau konsistensi internal terhadap setiap item alat ukur dalam mengukur suatu faktor.

b. Uji Reliabilitas

Uji reabilitas merupakan metode yang digunakan dalam mengukur tingkat akurasi dan konsistensi data dalam suatu penelitian. Ketepatan alat ukur ini dinilai dengan analisis statistik untuk mengetahui kesalahan ukur, reabilitas lebih mudah di mengerti dengan memperhatikan aspek pemantapan, ketepatan, dan homogenitas. Untuk menguji reabilitas akan digunakan uji Cronbach Alpha. Yang mana suatu variabel dinyatakan reabilitas jika Cronbach Alpha hitung > 0,6.

Cronbach Alpha adalah koefisien reabilitas yang memperlihatkan nilai positif titik – titik (elemen) dari suatu himpunan. Cronbach menjumlahkan korelasi silang antar elemen yang menguji rancangan. Semakin dekat cronbach alpha ke 1, makin besar konsisten internal. Diketahui tingkat kepercayaan kurang dari 0,06 dianggap buruk, tingkat kepercayaan 0,70 diterima, dan 0,80 tingkat kepercayaan baik.

Rumus reliabilitas :

$$= \frac{\frac{\sum_{j=1}^k s_j^2 - \frac{(\sum_{j=1}^k s_j)^2}{k}}{k-1}}{\frac{s^2}{k}}$$

Cronbach Alpha > 0,70

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk membuktikan nilai residual berdistribusi normal atau tidak normal. Uji normalitas tidak di pakai disetiap variabel namun hanya pada nilai residual, karena nilai residu normal merupakan pola regresi yang baik. Uji normalitas biasanya dipakai untuk analisis menggunakan metode parametrik, yang persyaratan normalitas harus terpenuhi, atau data yang akan dianalisis harus berdistribusi normal.

Kriteria pengujian normalitas, jika nilai signifikan $> 0,05$, maka data berdistribusi normal. Sebaliknya jika nilai signifikan $< 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal.

• Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas tujuan menggunakan uji ini yaitu untuk menguji model regresi apakah ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (idependen). Dan juga agar mengetahui ada atau tidaknya multikolinearitas, yang kemudian mengacu pada nilai yang akan di pakai untuk menunjukkan adanya nilai tolerance $> 0,10$ atau sama dengan nilai VIF < 10 . Syarat yang harus dipenuhi dalam model regresi yaitu tidak boleh di temukan adanya multikolinearitas.

• Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas menurut (Ghozali, 2018:137) bertujuan untuk menguji adanya ketidaksamaan dalam model regresi pada variance dari residual pengamatan satu ke pengamatan lain. Disebut dengan heteroskedastisitas jika variance dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain berbeda. Model regresi dapat dikatakan baik jika tidak terjadi heteroskedastisitas. Ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dideteksi dengan melihat grafik plot seperti prediksi variabel terikat yaitu ZPRED dengan residual SRESID.

Dasar analisis yang dijadikan dalam uji heteroskedastisitas menurut (Ghozali, 2018:138) terdiri dari :

- Terjadinya heteroskedastisitas dapat diindikasikan dengan adanya pola tertentu seperti titik – titik yang membentuk pola dengan teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit).
- Tidak terjadinya heteroskedastisitas jika tidak terdapat pola yang jelas berupa titik – titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y.

3. Analisis Regresi Sederhana

Analisis regresi sederhana dilakukan dengan mempredisikan seberapa jauh hubungan fungsional maupun kausal dari satu variabel independent terhadap satu variabel dependen, Sugiyono (2015 : 270). Analisis regresi sederhana akan menetapkan dasar perkiraan distribusi data yang timbul karena variabel kritis y dan variabel predicator x yang mempunyai hubungan linear. Dasar hubungan fungsi atau kejadian merupakan regresi sederhana. Model persamaannya sebagai berikut :

$$Y = a + bx$$

Keterangan :

Y = Variabel dependen a = Konstanta

b = Koefisien variabel X x = Variabel independent

1. Uji Hipotesis

Untuk melihat ada atau tidaknya pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen, sehingga hipotesis yang di rancang dalam penelitian ini sebagai



berikut :

- Uji Parsial (Uji T)

Uji parsial T bertujuan untuk mengetahui besar pengaruh dari setiap variabel independent secara individual (parsial) terhadap variabel dependen. Adapun aspek signifikansi sebesar α 5%. Analisis uji T didasarkan pada $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan tingkat signifikan (p – value). Sehingga dengan demikian jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 dapat ditolak dan H_a diterima artinya variabel independent secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

- Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi merupakan proporsi variabilitas dalam suatu data yang dihitung berdasarkan model statistik. Koefisien determinasi (R^2) bertujuan mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Dengan kata lain, koefisien determinasi diartikan dengan seberapa besar variabel independent X menentukan tingkat variabel respon Y dalam suatu model. Nilai variabel determinasi yaitu antara 0 dan 1. Jika nilai R^2 kecil berarti kemampuan variabel – variabel independent dalam menerangkan atau menjelaskan variasi variabel dependen terbatas. Variabel yang mempunyai nilai mendekati 1 variabel independent akan memberikan informasi yang cukup di butuhkan sebagai bahan memprediksi variasi variabel dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis penelitian diketahui bahwa variabel Kualitas Pelayanan Berdasarkan uji t diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan menggunakan bantuan software SPSS versi 27,00 statistik uji t yaitu nilai probabilitas $0,000 < 0,05$. Yang berarti bahwa kualitas pelayanan secara signifikan berpengaruh terhadap Keputusan nasabah pengguna mobile banking pada PT. Bank Pembangunan Daerah Papua, Bank Papua KCU Jayapura.

Dalam pembahasan ini akan dibahas mengenai interpretasi dari hasil perhitungan dengan menggunakan rumus regresi yang telah di proses antara variabel X dan variabel Y, Dimana variabel X nya adalah Kualitas Layanan Mobie banking yang terdiri dari Keamanan, Kemudahan, Kecepatan dari aplikasi new papua mobile. Dan variabel Y nya adalah Kepuasan Nasabah. Pada hasil uji kualitas data dapat dilihat bahwa semua instrument yang digunakan dalam penelitian ini dapat digunakan sebagai alat penelitian yang layak. Hal ini didasari karena adanya keterangan valid serta reliabel pada item pertanyaan yang telah diuji pada *soft ware IBM SPSS statistic 27*.

Pada uji asumsi klasik, uji normalitas dilakukan dengan melihat grafik *probability plot*, yang menunjukkan data dalam penelitian ini berdistribusi secara normal. Kemudian pada uji multikolinearitas yang menggunakan nilai *tolerance* dan VIF menyatakan bahwa model persamaan regresi tidak terdapat gejala multikolinearitas dan bisa digunakan dalam penelitian ini. Serta uji heterokedastisitas, grafik *scatterplot* menunjukkan bahawa model persamaan regresi tidak terjadi masalah kedastisitas. Sehingga dapat dinyatakan bahwa persamaan model regresi layak untuk dipakai memprediksi kepuasan nasabah berdasarkan variabel layanan mobile banking yang meliputi keamanan sistem aplikasi mobile banking, kemudahan dalam penggunaan layanan, serta kredibilitas layanan perusahaan perbankan, kecepatan aplikasi.

Pada hasil uji hipotesis, peneliti menggunakan beberapa uji seperti uji parsial (Uji – t), dan uji koefisien determinasi (Uji R^2). Dan dari hasil uji– t diketahui bahwa kualitas layanan mobile banking (X, mempengaruhi kepuasan nasabah (Y), karena hasil

pengujian dari tabel koefisien menunjukkan bahwa $t_{hitung} 16,619 > t_{tabel} 1,984$ yang artinya kualitas layanan mobile banking (X) berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan nasabah. Semakin kuat pengaruh kepuasan nasabah maka semakin tinggi nilai kualitas layanan mobile banking.

Uji koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,738 atau setara dengan 7,38%. Angka ini menyiratkan bahwa variabel bebas memberikan pengaruh kepada variabel terikat sebesar 7,38%. Dan tersisa 26,2% dari hasil 100% - 7,38%, di pengaruhi oleh variabel lain yang biasan dikenal dengan error (e). Sehingga dapat disimpulkan bahwa penelitian ini, dengan menggunakan *kualitas layanan mobile banking* sebagai variabel bebas dengan indikator meliputi keamanan sistem mobile banking, kemudahan penggunaan layanan, dan kredibilitas perusahaan layanan perbankan dan kecepatan, memiliki indikator yang menghasilkan pengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat yaitu kepuasan nasabah.

Serta juga hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Melfi Adela (2020) yang mengemukakan bahwa penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa variabel keamanan sistem mobile-banking tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dengan nilai signifikan menunjukkan 0,277 diatas 0,5, variabel kredibilitas perusahaan layanan berpengaruh dengan kepuasan nasabah dengan nilai signifikan 0,000 dibawah 0,5, variabel kecepatan juga berpengaruh dengan kepuasan nasabah dengan nilai signifikan 0,000 dibawah 0,5.

Selain penelitian yang di lakukan Melfi Adela (2020) penelitian ini juga mendukung 4 penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh diantaranya, Baiq Hilwiyyatul Ahla (2020) pada penelitiannya menunjukkan bahwa kualitas layanan mobile – banking berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia di kotak Depok, yang dibuktikan dengan hasil uji t menghasilkan nilai Sig untuk variabel kualitas layanan mobile banking sebesar $0,000 < 0,5$ dan nilai F hitung lebih besar dari F tabel ($13.807 > 1.985$). besarnya pengaruh variabel kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah adalah 67%.

Penelitian Jhon Fernos, Gwen Gietricen (2020) menunjukkan hasil penelitian bahwa tidak ada hubungan variabel (X1) terhadap kepuasan pelanggan Regional Bank Pembangunan Daerah Provinsi Sumatera Barat, Tidak berpengaruh terhadap keadaan variabel (X2) pada kepuasan nasabah Bank Pembangunan Daerah Provinsi Sumatera Barat, dan juga tidak berefek pada variabel responsivitas (X3) terhadap kepuasan nasabah. Namun terdapat pengaruh terhadap variabel jaminan (X4) dan juga pengaruh pada variabel empati (X5) terhadap kepuasan nasabah.

Penelitian Irfan Nurhamadi Harish (2017) berdasarkan penelitiannya diketahui bahwa variabel kepercayaan nasabah memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah dari nilai t hitung lebih besar dari pada nilai table 2,073. Untuk variabel kualitas layanan, t hitung yang di dapat sebesar 8,564. Hal ini menunjukan bahwa variabel kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan pada hasil uji simultan, kedua variabel secara bersama – sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan F hitung sebesar $1,339$. Pada uji koefisien determinasi (R^2), variasi Variabel dependen yang digunakan dalam model mampu menjelaskan sebesar 68,3% variasi dependen. Sedangkan sisanya sebesar 31,7% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak masukkan dalam model penelitian ini.

Dan juga penelitian yang dilakukan oleh Ria Rahmawati (2018) Hasil penelitiannya menunjukan tingkat kualitas pelayan mobile banking dan tingkat

kepuasan berada pada skala baik, serta terdapat kontribusi antara pengaruh kualitas layanan mobile banking dengan tingkat kepuasan nasabah [ada PT. Bank Central Asia kantor Cabang Ambassador Jakarta sebesar 82,4%.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil uraian penelitian diatas, berserta dengan hasil perolehan analisis data yang sudah dilakukan menunjukkan uji – t parsial diketahui bahwa Variabel X kualitas layanan mobile banking memiliki nilai signifikan $0,001 < 0,05$ dengan demikian H_1 diterima. Oleh karena itu dapat dijelaskan bahwa kualitas layanan mobile banking (X) berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah (Y) PT. Bank Pembangunan Daerah Papua dengan nilai koefisien regresi t_{hitung} 16,619 dan t_{tabel} 1.984 dengan nilai signifikan $0,001 < 0,05$. Pada uji determinasi R^2 sebesar 0,738 atau 73,8% yang berarti kualitas layanan mobile banking (X) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah (Y) PT. Bank Pembangunan Daerah Papua dalam kateggori 37,8% dan sisanya 26,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, R. (2018). Manajemen Pemasaran. Bandung : Alfabeta
- Budi Agus Riswandi, Aspek Hukum Internet Banking, Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2005.
- Baiq Hilwiyyatul Ahla, (2022). Pangaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Di Kota Depok.
- Djaslim, Saladin. 2003. Perilaku Konsumen dan Pemasaran Stratejik. Penerbit CV. Linda Karya, Bandung.
- Gronroos, Christian.1990. Service Management and Marketing. Toronto: Lexington Books.
- Heizer, Jay and Barry Render. 2009. Operation Management. Jakarta : Salemba Empat
- Irfan Nurahmadi Harish, (2017). Pengaruh Kepercayaan Nasabah dan Kualitas Layanan Mobile banking Terhadap Kepuasan Nasabah.
- Jhon Fernos, Gwen Gietricen, (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Mobile Banking Pada Bank Pembangunan Daerah Provinsi Sumantera Barat.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2012. Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian. Salemba Empat, Jakarta.
- Kotler, P dan Keller, K.L. 2016. Manajemen Pemasaran Jilid I. Erlangga. Jakarta.
- Kasmir.2008. Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya. PT. RajaGrafindo Persada.Jakarta
- Lupiyoadi, Rambat. 2006. Manajemen Pemasaran Jasa. Salemba Empat, Jakarta.
- Mowen. J. C., dan Minor, M., 2002, Perilaku Konsumen, Jilid 1, Jakarta: PTPenerbit Erlangga
- Melfi Adela, (2020). Pengaruh Kualitas Layanan M-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah, pada Bank BNI Syariah KCP Rajabasa”O’Brian, David and Detmar Straub.2005. The Relative Importance of Percived Ease of Use in IS Adoption : A study of e – Commerce Adaption *Journal of the association for information system, volume I, article 8, October 2005.*
- Parasuraman, A., et al. 1990. Delivering Quality Service Balancing CustomePerceptions

- and Expectation. New York: The Free Press
- Riswandi, Budi Agus. 2005. Aspek Hukum Internet Banking. Yogyakarta: Persada.
- Ria Rahmawati, (2018). Pengaruh Kualitas Iyenan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah PT Bank Central Asia (Studi Kasus Pada Kantor Cabang BCA Ambassador Jakarta).
- Sumarwan, Ujang. 2011. Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Schiffman & Kanuk. (2004) Perilaku Konsumen (Edisi:7). Jakarta: Prentice Hall.
- Tjiptono, Fandy, (2006). Pemasaran Jasa, Edisi Pertama, Cetakan Kedua, Bayumedia Publishing Anggota IKAPI Jawa Timur, Malang. Tjiptono, Fandy, dan Gregorius Chandra, 2005, Service Quality & Satisfaction, Penerbit Andi Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 1997. Strategi Pemasaran, Edisi Kedua. Yogyakarta: Andi. Tjiptono, F. 2008. Strategi pemasaran. Edisi 3. Yogyakarta: Andi.