

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, DAN PENILAIAN NASABAH  
DENGAN MENGGUNAKAN MOBILE BANKING TERHADAP  
KEPUASAN NASABAH BANK RAKYAT INDONESIA (BRI) CABANG  
SOLOK**

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan  
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
Jurusan Manajemen*



**Oleh:**

**YULIANI AFRIANTI PUTRI**  
**181000461202063**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
JURUSAN MANAJEMEN  
UNIVERSITAS MAHAPUTRA MUHAMMAD YAMIN SOLOK  
TAHUN 2022**

**Pengaruh Kualitas Layanan dan Penilaian Nasabah dengan Menggunakan  
Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI)  
Cabang Solok**

**YULIANI AFRIANTI PUTRI**

**181000461201063**

**Universitas Mahaputra Muhammad Yamin**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Layanan dan Penilaian Nasabah dengan Menggunakan Mobile banking Terhadap Kepuasan Nasabah pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia yang menggunakan Mobile Banking. Sampel pada penelitian ini sebanyak 50 orang dengan metode *Insidental Sampling*.

Berdasarkan analisis regresi linear berganda, variabel Kualitas Layanan dan Penilaian Nasabah berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah dengan persamaan  $Y = 19,478 + 0,330X_1 + 0,232 X_2 + e$ . Dari uji t yang dilakukan didapatkan variabel  $X_1$  Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah dengan  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$   $2,736 > 2,01$  dan nilai tingkat signifikan  $0,05 < 0,009$  maka  $H_1$  diterima. Variabel  $X_2$  Penilaian Nasabah berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $2,346 > 2,01$  dan nilai signifikansinya  $0,023 < 0,05$  maka  $H_2$  diterima. Dari uji F yang dilakukan didapatkan bahwa Kualitas Nasabah dan Penilaian nasabah berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Nasabah dengan  $F_{tabel} > f_{hitung}$  yaitu  $5,607 > f_{tabel} 3,195$  dengan nilai signifikansinya yaitu  $0,007 < 0,05$  maka  $H_3$  diterima. Dari uji koefisien determinasi  $R^2$  (R Square) sebesar 0,193 atau 19,3% hal ini menunjukkan bahwa variabel bebas berdampak terhadap variabel terikat sebesar 19,3%, sedangkan sisanya 80,7% dipengaruhi oleh variabel lain.

**Kata Kunci: Kualitas Layanan, Penilaian Nasabah, Kepuasan Nasabah.**

**Director of Service Quality and Customer Assesment Using Mobile Banking  
on Customer Satisfaction at Bank Rakyat Indonesia (BRI) Solok Branch**

**YULIANI AFRIANTI PUTRI**

**181000461201063**

**Mahaputra Muhammad Yamin University**

**ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of service quality and customer assessment using mobile banking on customer satisfaction at Bank Rakyat Indonesia customers who use mobile banking. The sample in this study was 50 people using the incidental Sampling.*

*Based on multiple linear regression analysis, the variables of Service Quality and Customer Assessment have an effect on Customer Satisfaction with the quastion  $Y = 19,478 + 0,330X_1 + 0,232 X_2 + e$ . From  $t$  test conducted, it is found that the variable  $X$  Service Quality has a significant effect on Customer Satisfaction with tatung is  $[2,736] > t$  table  $[2,01]$  and sig  $0,05 < 0,009$ . Then  $H_1$  is accepted. Variable  $X_2$  Customer assessment has a significant effect is  $[2,346] > t$  table  $[2,01]$  and sig  $0,05 < 0,023$  Then  $H_2$  is accepted. From the  $F$  test, it was found that Custmer Quality and Custmer Rating have a Simultaneous effect on Customer Satisfaction with fhing is  $[5.607] > f$  table  $3,195$  and a significance  $0,007 < 0,05$ . Then  $H_3$  is accepted. From the coefficient of determination test the value of R square is  $0,193$  or  $19,3\%$ . This means that the independent variables of Service Quality and Customer Assessment have an effect on Customer Satisfaction by  $19,3\%$  while the remaining  $80,7\%$  is influenced by other variables.*

**Keywords: Service Quality, Customer Assessment, Customer Satisfaction.**

## DAFTAR PUSTAKA

- Aieni, A. N., & Purwantini, A. H. (2017). Eksplorasi penggunaan mobile banking : pendekatan teknologi acceptance model. *Jurnal Analisis Bisnis Ekonomi*, 15(1), 86–96.
- Atmaja, J. (2018). Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Pada Bank BJB. *Jurnal Ecodemica*, 2(1), 49–63. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index.php/ecodemica/article/view/2713>
- Bakti, S., & Harun, H. (2011). Pengaruh Orientasi Pasar Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kinerja Pemasaran Maskapai Penerbangan Lion Air. (Effect of Market Orientation and Customer Value on Marketing Performance of Lion Airlines Corporation). *Jurnal Manajemen Pemasaran Modern*, 3(1), 1–15. <http://online-journal.unja.ac.id/index.php/pemasaran/article/view/921>
- Marlina, A., & Bimo, W. A. (2018). Digitalisasasi Bank Terhadap Peningkatan Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Bank. *Inovator*, 7(1), 14–34. <https://doi.org/10.32832/inovator.v7i1.1458>
- Mukarom, M. S., & Khasanah, I. (2012). Analisis Pengaruh Nilai Nasabah dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Untuk Menciptakan Loyalitas Nasabah ( Studi Pada Nasabah Bank BRI Cabang Pandanaran Semarang ). *Diponegoro Journal of Management*, 1(1), 1–47.
- Munisih, S., & Soliha, E. (2015). Prosiding Seminar Nasional & Call for Papers Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Nilai Pelanggan Dan Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan Apotek Dela Semarang. *Prosiding Seminar Nasional & Call for Paper. Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas STIKUBANK Semarang*, 2(1), 1–16.
- Nurdin, N., Musyawarah, I., Nurfitriani, N., & Jalil, A. (2020). Pengaruh Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palu). *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 2(1), 87–104. <https://doi.org/10.24239/jipsya.v2i1.24.87-104>
- Nurhalimah, N., & Nurhayati, A. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan dan nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, Vol. 6, No. 2 September 2019*, 6(2), 1–5.

- Oktaviani Satriyanti, E. (2012). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah Dan Citra Bank Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Muamalat Di Surabaya. *Journal of Business and Banking*, 2(2), 171–184. <https://doi.org/10.14414/jbb.v2i2.172>
- Pratiwi, N. P. L., & Seminari, N. K. (2015). Pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan dan nilai nasabah terhadap kepuasan nasabah. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 4(5), 1422–1433.
- Putro, S. W. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(1), 1–9.
- Rahmawati, C. K., & Fianto, B. A. (2020). Analisis Deskriptif Pada Dimensi Kualitas Layanan Mobile Banking (M-Banking) Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 7(6), 1118–1127. <https://doi.org/10.20473/vol7iss20206pp1118-1127>
- Saidani, B., & Arifin, S. (2012). Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen dan minat beli pada ranch market. *JRMSI*, 3(1), 1–22. <https://doi.org/10.1200/JCO.2014.56.8501>
- Sasongko, F. (2013). Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan restoran ayam penyet ria. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 1(2), 1–7. <https://doi.org/10.1590/s1415-65552003000200015>
- Sondakh, C. (2014). Kualitas Layanan, Citra Merek Dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Tabungan (Studi Pada Nasabah Taplus BNI Cabang Manado). *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 19–32.
- Sudaryanti, D. S., Sahroni, N., & Kurniawati, A. (2018). Analisa pengaruh mobile banking terhadap kinerja perusahaan sektor perbankan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 4(2), 96–107.
- Usvela, E., Qomariah, N., & Wibowo, Y. G. (2019). Pengaruh Brand Image , Kepercayaan , Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Herbalife. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 5(2), 300–312. <http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/JMBI/article/view/2930/2260>
- Wahab, W. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah

Pegadaian Syariah Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Lembaga Keuangan Dan Perbankan*, 02(01), 27–41.

Wardhana, A. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking (M-Banking) Terhadap Kepuasan Nasabah di Indonesia. *DeReMa (Development Research of Management) Jurnal Manajemen*, 10(2), 273–284.  
<https://doi.org/10.19166/derema.v10i2.164>

Zakiy, M., & Azzahroh, E. P. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam (Journal of Islamic Economics and Business)*, 3(1), 26–38.  
<https://doi.org/10.20473/jebis.v3i1.3599>

Yuliza, Mai dkk. 2022. Pengaruh Kualitas Produk dan E Commerce Terhadap Kepuasan Konsumen pada Azzahra Cake di Kecamatan Kinali. Vol.1 No.8  
<https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie/article/view/5828>

