

**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.

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam kehidupan sehari-hari manusia tidak terlepas dari kegiatan transaksi, Perkembangan *information and communication technology* (ICT) bagi dunia bisnis memudahkan berbagai transaksi perdagangan mudah dengan *cyberspace* melalui transaksi elektronik. Saat ini terdapat banyak layanan yang disediakan oleh Bank guna mempermudah nasabah melakukan transaksi. Dengan kecanggihan teknologi yang ada saat ini, semua jenis transaksi bisa dilakukan dengan menggunakan media elektronik tanpa melibatkan kontak fisik secara langsung. Dalam dunia perbankan saat ini telah diramaikan dengan adanya fasilitas kemudahan bertransaksi secara *mobile banking*.

Fungsi utama bank sebagai tempat menabung dan sumber kredit pun dikembangkan. Saat ini, dalam bersaing satu sama lain, bank-bank tidak hanya mengandalkan dua fungsi utama tersebut, melainkan berlomba memberikan layanan yang sebanyak mungkin dapat dilibatkan langsung dalam melakukan transaksi sehari-hari. Hal ini menyebabkan dunia perbankan mulai memutar otak dan menggagas formula untuk mengembangkan dan membuka jaringan untuk pelayanan kepada nasabah berupa layanan *mobile banking*. Bank telah memanfaatkan perkembangan teknologi informasi dalam layanan perbankannya dengan meluncurkan media layanan transaksi perbankan berbasis teknologi informasi yaitu *mobile banking*. Layanan *mobile banking* membuka kesempatan bagi nasabah untuk melakukan transaksi perbankan melalui perangkat *handphone*.

Mobile banking merupakan layanan perbankan yang berfungsi untuk memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi perbankan tanpa perlu datang

ke bank atau ATM kecuali penarikan uang *cash*. Keunggulan *mobilebanking* yaitu nasabah dapat melakukan transaksi dimana saja dan kapan saja tanpa dibatasi waktu. Layanan pada *mobile banking* meliputi : transaksi finansial, transaksi non finansial, transfer dana, cek saldo dan pembayaran tagihan yang dilakukan lewat telepon seluler. Telepon seluler merupakan sebuah sistem komunikasi yang sudah dipastikan pada masa sekarang ini dipakai sebagai alat komunikasi yang berguna bagi setiap orang. Dalam sistem perbankan yang memiliki akses Mbanking, dimana setiap orang dapat dengan mudah memakai fasilitas seperti transfer dana, informasi saldo, mutasi rekening, informasi nilai tukar uang, pembayaran kartu kredit, tagihan telepon, tagihan listrik dan asuransi juga, dapat digunakan pembelian isi ulang pulsa.

Semakin meningkatnya persaingan bisnis sekarang ini membuat bank harus bersaing dengan bank lainnya demi mempertahankan bahkan meningkatkan jumlah nasabahnya. Kepuasan pelanggan dapat menciptakan kesetiaan dan loyalitas pelanggan kepada perusahaan yang memberikan kualitas memuaskan. Perusahaan perbankan harus mengetahui pentingnya menjaga nasabah agar mereka tetap puas karena kepuasan nasabah merupakan respon dari pelanggan, baik perasaan senang maupun kecewa yang ditunjukkan pelanggan atas barang atau jasa yang diperoleh dan digunakannya. Tingkat kepuasan konsumen mencerminkan bagaimana berhasil dan efektif perusahaan mengimplementasikan kegiatan usahanya

Kepuasan pelanggan ini pada akhirnya juga akan mendorong meningkatnya kesetiaan atau loyalitas para pelanggan untuk menggunakan produk maupun jasa mereka. Apabila nasabah loyal, maka mereka akan bertahan untuk melakukan

pembelian ulang dan memakai produk atau jasa yang telah disediakan. Para pelanggan juga tidak segan untuk merekomendasikan produk dan jasa perusahaan sehingga pelanggan juga berfungsi sebagai strategi promosi tidak langsung.

Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan adalah kualitas layanan dan Penilaian nasabah. Penilaian nasabah atau nilai pelanggan merupakan salah satu langkah paling penting untuk mendapatkan keunggulan kompetitif, Indriani (2018) mengartikan sebagai penilaian pelanggan yang dilakukan dengan cara membandingkan antara manfaat yang diterima dengan pengorbanan yang dikeluarkan untuk memperoleh sebuah produk atau jasa.

Nilai pelanggan merupakan usaha pelanggan membandingkan produk dan jasa dari perusahaan tertentu dengan perusahaan pesaing yang ditinjau dari segi manfaat, kualitas dan harga. Dari hasil perbandingan yang dilakukan, pelanggan akan menilai perusahaan mana yang menurut mereka memberikan pelayanan terbaik karena pelayanan adalah kunci keberhasilan dalam berbagai usaha atau kegiatan yang bersifat jasa.

Kualitas layanan merupakan kunci dari ukuran kepuasan nasabah. Layanan unggul diberikan kepada nasabah sehingga dapat meningkatkan kepuasan nasabah, untuk mencapai hal ini sangat penting memahami kebutuhan nasabah dan menemukan keinginan nasabah terhadap suatu produk atau layanan yang melebihi harapan nasabah. Nasabah akan puas terhadap layanan yang diberikan ketika mereka merasa bahwa layanan memiliki kualitas yang tinggi, beberapa penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan m-banking merupakan penentu kuat tingkat kepuasan pelanggan, (Rahmawati & Fianto, 2020).

Berdasarkan permasalahan yang telah dibahas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul ***“Pengaruh Kualitas layanan Dan Penilaian Nasabah Dengan Menggunakan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kantor Cabang Solok.”***

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah adalah pertanyaan-pertanyaan mengenai masalah sebuah hal atau kejadian yang berbentuk kalimat Tanya yang sederhana, singkat, padat, dan jelas. Rumusan masalah mempertanyakan beberapa hal yang berkaitan dengan suatu penelitian, dimana nantinya jawaban dari pertanyaan inilah yang akan menjadi hasil penelitian itu.

Rumusan masalah penelitian ini yaitu :

- a. Apakah ada pengaruh kualitas layanan dengan menggunakan *Mobile Banking* terhadap kepuasan nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kantor Cabang Solok ?
- b. Apakah ada pengaruh penilaian nasabah dengan menggunakan *Mobile Banking* terhadap kepuasan nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kantor Cabang Solok ?
- c. Apakah ada berpengaruh kualitas layanan dan penilaian nasabah dengan menggunakan *Mobile Banking* secara simultan terhadap kepuasan nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kantor Cabang Solok ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah rumusan kalimat yang menunjukkan adanya hasil, suatu yang akan diperoleh setelah penelitian selesai, juga sesuatu yang akan

dicapai atau ditangani dalam suatu penelitian. Kata-kata dari tujuan penelitian mengungkapkan jawaban atas masalah penelitian yang akan diajukan.

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dengan menggunakan *Mobile Banking* terhadap kepuasan nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kantor Cabang Solok ?
- b. Untuk mengetahui pengaruh penilaian nasabah dengan menggunakan *Mobile Banking* terhadap kepuasan nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kantor Cabang Solok ?
- c. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan penilaian nasabah dengan menggunakan *Mobile Banking* secara simultan terhadap kepuasan nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kantor Cabang Solok?

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang didapatkan dengan adanya penelitian ini adalah:

- a. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan masukan bagi manajemen perusahaan dalam pengambilan kebijakan ataupun untuk meningkatkan pelayanan *mobile banking* bagi masyarakat di Indonesia. Selain itu, penelitian ini bisa menjadi masukan untuk merancang produk *mobile Banking* yang lebih baik sehingga bisa memberikan manfaat yang lebih baik lagi kedepannya.

b. Bagi Peneliti

Penelitian ini menjadi implementasi ilmu yang didapat penulis di bangku perkuliahan dan juga untuk menjadi penambahan wawasan.

c. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi serta pengetahuan dan untuk referensi melakukan penelitian yang sejenis.

1.5 Sistematika Penulisan

Penulis menyusun sistematika penulisan yang berisi informasi mengenai materi dan hal-hal yang dibahas pada tiap-tiap bab untuk memudahkan pemahaman serta memberi gambaran secara jelas kepada pembaca tentang penelitian. Penelitian ini dibagi kedalam lima bab, meliputi :

Bab I : PENDAHULUAN

Pada bab I ini memaparkan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

Bab II : LANDASAN TEORI

Pada bab II ini memaparkan teori-teori yang berkaitan dengan penelitian, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis.

Bab III : METODE PENELITIAN

Pada bab III ini memaparkan tentang jenis penelitian, objek dan lokasi penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan teknik pengambilan sampel, definisi operasional variable serta teknik analisa data.

Bab IV : ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada Bab IV ini memaparkan tentang deskriptif objek penelitian, uji analisis data serta pembahasan.

Bab V : PENUTUP

Pada Bab V ini memaparkan tentang kesimpulan, saran dan keterbatasan dalam penelitian



BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

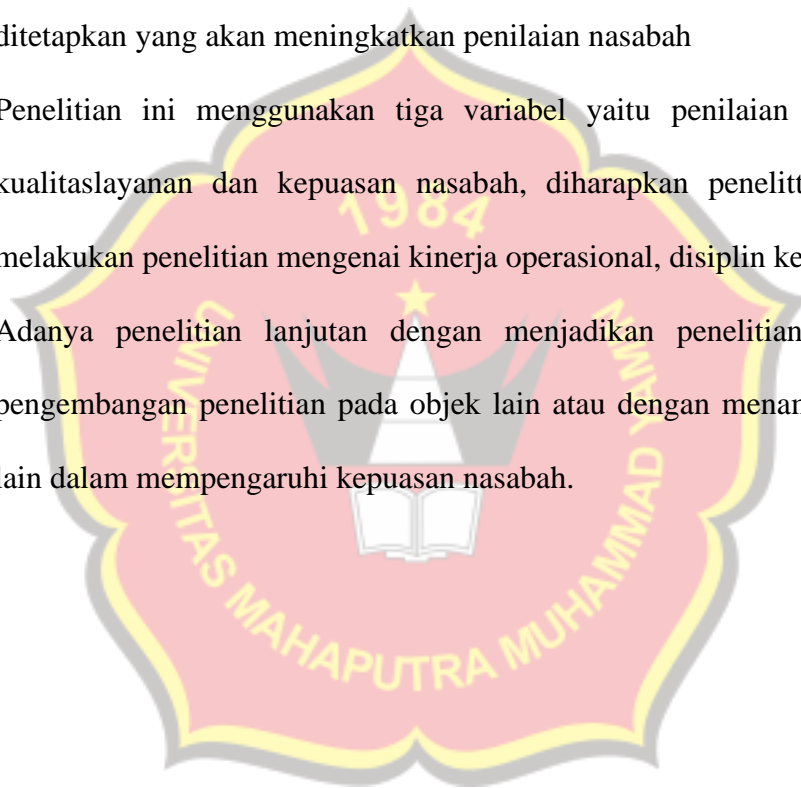
Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan, sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil penelitian maka diperoleh persamaan regresi linear berganda: $Y = 19,478 + 0,330X_1 + 0,232 X_2 + e$
2. Nilai 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 yang tidak termasuk dalam penelitian ini
3. Kualitas layanan secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah . hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} $2,736 > 2,01$ dan nilai tingkat signifikan $0,05 < 0,009$ maka H_1 diterima.
4. Penilaian nasabah secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dibuktikan dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,346 > 2,01$ dan nilai signifikansinya $0,023 < 0,05$ maka H_2 diterima.
5. Kualitas layanan dan penilaian Nasabah secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hal ini ditunjukkan dengan uji F_{tabel} dengan f_{hitung} yaitu $5,607 > f_{tabel}$ $3,195$ dengan nilai signifikansinya yaitu $0,007 < 0,05$ maka H_3 diterima.

5.2 Saran

Dalam upaya meningkatkan Kepuasan Nasabah di masa yang akan datang, saran-saran yang dapat disampaikan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Dalam upaya peningkatan penilaian nasabah disarankan meningkatkan Disiplin Kerja yang dimiliki nasabah di Bank Rakyat Indonesia (BRI) dengan cara pengawasan kehadiran, pengawasan terhadap aturan yang ditetapkan yang akan meningkatkan penilaian nasabah
2. Penelitian ini menggunakan tiga variabel yaitu penilaian nasabah dan kualitas layanan dan kepuasan nasabah, diharapkan peneliti selanjutnya melakukan penelitian mengenai kinerja operasional, disiplin kerja dll.
3. Adanya penelitian lanjutan dengan menjadikan penelitian ini sebagai pengembangan penelitian pada objek lain atau dengan menambah variabel lain dalam mempengaruhi kepuasan nasabah.



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>

