

PENGARUH LAYANAN *MOBILE BANKING* TERHADAP KEPUASAN NASABAH PT. BANK MUAMALAT INDONESIA, Tbk KANTOR CABANG BINJAI

Mayang Julia Anggraini¹, Abdullah Sani², Arfan Harahap³

mayangjuliaanggraini@gmail.com

STAI Jam'iyah Mahmudiyah Tanjung Pura Langkat

Abstrak

Penelitian ini memfokuskan pembahasan tentang pengaruh layanan *mobile banking* yang ditawarkan PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Binjai terhadap kepuasan nasabah pengguna layanan *mobile banking* tersebut. Tujuan pada penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah, besarnya pengaruh layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah, serta hubungan antara layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Binjai. Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian kuantitatif yang menekankan pada data-data numerikal (angka) yang diolah dengan metode statistika inferensial (melakukan analisis hubungan antar variabel dengan pengujian hipotesis). Sumber data penelitian ini diperoleh dari jawaban angket yang diberikan responden penelitian yaitu nasabah pengguna layanan *mobile banking* PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Binjai. Pengolahan dan pada penelitian ini menggunakan program komputer SPSS dan Microsoft Office Excel. Hasil penelitian menjelaskan bahwa Terdapat pengaruh yang signifikan antara layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah, hal ini diperoleh dari hasil statistik menunjukkan nilai signifikansi 0,000 dan $t_{hitung} 9,571$. Berdasarkan hal tersebut dapat dikemukakan bahwa $\alpha (0,000 < 0,05)$ dan $t_{hitung} > t_{tabel} (9,571 > 1,99085)$ maka terdapat pengaruh variabel X terhadap Y. Layanan *mobile banking* yang ditawarkan PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Binjai mempengaruhi kepuasan nasabah sebesar 53,4%. Terjadi hubungan positif atau sejalan antara layanan *mobile banking* dengan kepuasan nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Binjai.

Kata Kunci: Layanan *Mobile Banking*, Kepuasan Nasabah.

Abstract

This study focuses on the discussion of the influence of mobile banking services offered by PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Binjai Branch Office on customer satisfaction using the mobile banking service. The purpose of this study was to determine the effect of mobile banking services on customer satisfaction, the magnitude of the influence of mobile banking services on customer satisfaction, and the relationship between mobile banking services on customer satisfaction at PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Binjai Branch Office. The type of research

carried out is quantitative research that emphasizes numerical data (numbers) which is processed by inferential statistical methods (performing analysis of relationships between variables by testing hypotheses). The source of the data for this research was obtained from the answers to the questionnaire given by the research respondents, namely customers who use mobile banking services at PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Binjai Branch Office. Processing and in this study using computer programs SPSS and Microsoft Office Excel. The results of the study explain that there is a significant influence between mobile banking services on customer satisfaction, this is obtained from statistical results showing a significance value of 0.000 and tcount 9.571. Based on this, it can be stated that ($0.000 < 0.05$) and $t_{\text{count}} > t_{\text{table}}$ ($9.571 > 1.99085$) then there is an effect of variable X on Y. Mobile banking services offered by PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Binjai Branch Office affects customer satisfaction by 53.4%. There is a positive or in line relationship between mobile banking services and customer satisfaction of PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Binjai Branch Office.

Keywords: Mobile Banking Services, Customer Satisfaction.

A. PENDAHULUAN

Persaingan bisnis dalam dunia Perbankan semakin ketat baik di pasar domestik maupun internasional. Bank yang ingin berkembang dan mendapatkan keunggulan kompetitif harus mampu memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah dibandingkan dengan kompetitornya. Kepercayaan dan kepuasan nasabah menjadi faktor keberhasilan usaha (Fandy Tjiptono; 2012).

Untuk memenuhi kepuasan nasabah pada industri Perbankan, kualitas pelayanan nasabah sangat penting bagi perusahaan untuk dikelola dengan baik agar tetap mendapat kepercayaan dan kepuasan dari nasabah (Jureid, 2016). Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan produk maupun jasa dari apa yang mereka pikirkan dengan apa yang mereka harapkan (Philip Kotler, 2005).

Kepuasan nasabah menjadi sangat penting bagi suatu perusahaan, yang dalam penelitian ini adalah perusahaan yang bergerak di bidang jasa Perbankan, di mana pelayanan yang baik memegang peran utama dalam memberikan kepuasan kepada para nasabahnya. Bagi perusahaan Perbankan suatu kepuasan nasabah sangat diperlukan khususnya dalam rangka eksistensi perusahaan tersebut, sehingga nasabah tersebut akan tetap menggunakan jasa perusahaan tersebut (Ratminto, 2005).

Kepuasan nasabah tidak hanya memberikan keuntungan dalam jangka pendek akan tetapi mampu memberikan keuntungan dalam jangka panjang dan memberikan keunggulan daya saing bagi perusahaan penyedia jasa (Bank). Apabila nasabah selalu merasa pelayanan yang diberikan oleh Bank melebihi harapannya, artinya kecil kemungkinan 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.¹

Kepuasan nasabah merupakan faktor utama dalam menilai kualitas pelayanan, dimana konsumen menilai kinerja pelayanan yang diterima dan yang dirasakan langsung terhadap suatu produk. Kualitas pelayanan ditentukan oleh bagaimana tingkat kesesuaian antara pelayanan yang diberikan dengan harapan yang diharapkan oleh pengguna layanan. Semakin tinggi kualitas pelayanan yang dirasakan akan semakin tinggi tingkat kepuasan pengguna/pelanggan, selanjutnya akan berdampak positif pada perilaku ataupun niat seseorang dalam menyikapi pelayanan tersebut.²

Kepuasan nasabah adalah prioritas utama dalam dunia Perbankan, karena jika nasabah merasa puas maka nasabah akan selalu memakai produk dan jasa bank tersebut, tetapi jika nasabah tidak merasa puas maka mereka akan meninggalkan produk dan jasa yang telah dipakainya dan mencari produk lain yang dianggap dapat sesuai dengan apa yang mereka inginkan. Apabila nasabah puas terhadap jasa yang diberikan oleh bank, maka kemungkinan besar jumlah nasabah akan meningkat dan dengan adanya peningkatan tersebut dapat memberikan dampak positif terhadap bank. Tetapi bank yang kurang memperhatikan kepuasan nasabah pasti akan mengalami kegagalan.³

Kepuasan nasabah merupakan indikator utama dari standar suatu fasilitas dan sebagai suatu ukuran mutu pelayanan yang diberikan. Kepuasan nasabah

¹Zulfikri Charis Darmawan, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah, *Al-Tijary Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam Vol. 3 No. 2*, 2018, hlm. 109.

²Conny Sondakh, 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 Vol. 3 No.1*, 2014, hlm. 20.

³Shelvia Amelinda Nurmaulia dan Aris Sunindyono, Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Tabungan Simpedes Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Kantor Cabang Pattimura Semarang, *Jurnal keunis Majalah Ilmiah Vol. 7 No .1*, 2019, hlm. 7.

dapat dicapai melalui kinerja terbaik dalam memberikan pelayanan kepada nasabah. Pemberian pelayanan terbaik terjadi bila perusahaan mampu menjaga atau meningkatkan kualitas jasa atau pelayanan yang diberikan kepada nasabah. Oleh karena itu, setiap perusahaan atau usaha yang dijalankan harus dapat terus membaca apa yang menjadi kebutuhan nasabah guna mencapai tingkat kepuasan nasabah yang tinggi.⁴

Kepuasan nasabah merupakan manifestasi dan kelanjutan agar terciptanya loyalitas nasabah dalam menggunakan fasilitas maupun jasa pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Kepuasan nasabah pada ujungnya akan menimbulkan loyalitas nasabah, loyalitas nasabah tersebut akan memberikan dampak positif diantaranya nasabah tersebut akan merekomendasikan Bank tersebut kepada masyarakat. Masyarakat atau calon nasabah memiliki karakteristik yang berbeda-beda dalam menentukan atau memutuskan untuk memilih menabung di Bank mana. Keputusan adalah suatu reaksi terhadap beberapa solusi alternatif yang dilakukan secara sadar dengan cara menganalisa kemungkinan-kemungkinan dari alternatif tersebut bersama konsekuensinya. Setiap keputusan akan membuat pilihan terakhir, dapat berupa tindakan atau opini. Itu semua bermula ketika kita perlu untuk melakukan sesuatu tetapi tidak tahu apa yang harus dilakukan. Untuk itu keputusan dapat dirasakan rasional atau irrasional dan dapat berdasarkan asumsi kuat atau asumsi lemah.⁵

Penelitian terkait kepuasan nasabah telah banyak dilakukan diantaranya Irma Fidiyanti tahun 2013 dengan penelitian yang berjudul "*Pengaruh Kualitas Layanan ATM Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri KCP Perak Surabaya*", menunjukkan bahwa kualitas layanan ATM Banking berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah mandiri KCP Perak Surabaya. Septiana Dwi Exmawati tahun 2014 dengan penelitian yang berjudul "*Pengaruh Pelayanan dan Keunggulan Produk terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Muamalat Tulungagung*", menunjukkan bahwa variabel pelayanan mempengaruhi kepuasan nasabah Bank Muamalat

⁴Nasution, *Manajemen Jasa Terpadu*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2004), hlm. 24.

⁵Muhammad Arfan Harahap, dkk, Pengaruh Marketing Mix terhadap Keputusan Nasabah untuk Menabung pada PT Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Stabat, *El-Mal Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. 3 No. 2, 2020, hlm. 216.

Tulungagung. Husnul Khatimah tahun 2011 yang berjudul *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Nasabah BRI Cabang Semarang Pattimura)* menunjukkan bahwa hasil pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Selain itu masih banyak penelitian lain dengan tema kepuasan nasabah, namun pada penelitian ini yang menjadi pembeda dengan penelitian sebelumnya adalah variabel *independent* atau variabel bebas yang digunakan yaitu layanan *mobile banking*, hal ini tentu menjadikan penelitian ini menarik karena penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya.

Bank menyediakan layanan *mobile banking* untuk memenuhi tuntutan dan kebutuhan nasabah sebagai alternatif untuk melakukan transaksi Perbankan. Melalui *mobile banking*, nasabah dapat mengakses produk dan jasa Perbankan dengan menggunakan smartphone. Transaksi m-banking dapat dilakukan di mana saja dan kapan saja selama 24 jam tanpa nasabah datang ke Bank atau Anjungan Tunai Mandiri (ATM), kecuali transaksi setoran dan tarik tunai.⁶

Dengan adanya fasilitas layanan *mobile banking* yang diberikan pihak Bank Syariah kepada nasabahnya sangat penting agar nasabah dapat bertransaksi kapan saja dan dimana saja tanpa harus mengunjungi bank, sistem pengiriman termurah untuk melakukan layanan perbankan. Keuntungan untuk nasabah termasuk penghematan biaya dan waktu serta manfaat yang didapatkan oleh nasabah. Dengan adanya smartphone dan layanan perbankan yang secara online maka dapat memudahkan nasabah, transaksi perbankan yang biasanya dilakukan secara manual, artinya kegiatan yang sebelumnya dilakukan nasabah dengan mendatangi bank, kini dapat dilakukan tanpa harus mengunjungi gerai bank, hanya dengan menggunakan smartphone nasabah dapat menghemat waktu dan biaya.⁷

Dalam upaya meningkatkan pelayanan tentunya dibutuhkan peran besar teknologi informasi guna mempermudah segala urusan nasabah dengan

⁶Maryanto Supriyono, *Buku Pintar Perbankan* (Yogyakarta: Andi, 2011), hlm. 65.

⁷Sabik Khumaini, dkk, Pengaruh Fasilitas Layanan Internet Banking Dan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Tangerang, *Al Maal, Journal of Islamic Economics and Banking*, Vol. 3 No. 2, 2022, hlm. 144.

perbankan. Saat ini tingkat mobilitas dan kesibukan yang semakin meningkat mengakibatkan banyak orang membutuhkan suatu terobosan teknologi yang bisa dengan cepat dan tepat memenuhi kegiatan perbankannya. Pada era tahun 1990-an kita diperkenalkan dengan adanya sistem Perbankan modern yaitu kita diperkenalkan dengan transaksi *Automatic Teller Machine* atau yang lebih sering disingkat dengan ATM. Namun kehadiran ATM saat ini masih dirasa ketinggalan, dimana orang harus mencari keberadaan ATM yang sesuai dengan Bank dimana ia menyimpan uangnya.⁸

Sejak munculnya teknologi internet, banyak Bank di seluruh dunia menawarkan layanan internet, misalnya Bank of America, Zenith Bank di Nigeria, Citibank, Nations Bank, dan lain-lain. Bank-bank ini menawarkan pelanggan mereka kenyamanan dan fleksibilitas penggunaan, sehingga berkontribusi pada pertumbuhan Bank dan popularitas *E-Banking*.⁹

Saat ini perkembangan dunia Perbankan di Indonesia dan India mengalami perkembangan pesat, meluasnya teknologi membawa perubahan. Perubahan tersebut terjadi dalam semua bidang intermediasi keuangan dan pasar keuangan seperti *e-finance*, *e-money*, Perbankan elektronik (*E-Banking*), *e-broker*, *e-asuransi*, *e-exchange*, dan bahkan pengawasan elektronik.¹⁰

Dalam menjalankan usahanya, penyedia jasa (Bank) harus memberikan pelayanan terbaik bagi nasabahnya dan harus didukung dengan sarana dan prasarana yang memadai agar menarik minat masyarakat menjadi nasabah baru dan tidak pindah ke kompetitor lain. Salah satunya yaitu dengan mengeluarkan produk yang dapat memenuhi kebutuhan para nasabah.

Terobosan-terobosan baru produk dan jasa Perbankan yang memiliki teknologi yang canggih akan memudahkan nasabah melakukan berbagai transaksi keuangan, diantaranya melalui media elektronik atau yang dikenal dengan *mobile banking*. *Mobile banking* merupakan salah satu produk jasa yang mengandalkan

⁸Anjur Perkasa Alam, dkk, Penggunaan Fasilitas *E-Banking* Dalam Minat Nasabah Studi Kasus Pada PT. BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Stabat, *Journal Economy And Currency Study (JECS)*, Vol. 3 No. 2, 2021, hlm. 11.

⁹Sarjiyus, dkk, *Improved Online Security Framework for e-Banking Services in Nigeria: A Real World Perspective*. *Journal of Scientific Research & Reports*, Vol. 23 No.1, 2019, hlm. 1.

¹⁰Chandrasekaran and Narayanan, *Recent and Future Trends In E –Banking Services For Indian Banking Sector*. *Journal of The Gujarat Research Society*, Vol. 21 No. 16, 2019, hlm. 3.

kecanggihan teknologi GPRS (*General Package Radio Services*) untuk memudahkan nasabahnya dalam melakukan transaksi Perbankan.¹¹

Bank Muamalat khususnya PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Binjai merupakan salah satu usaha dalam industri Perbankan yang tidak lepas dari fenomena perubahan yang timbul dari intensitas persaingan untuk mendapatkan hati pelanggan (nasabah) mereka. Karena saat ini perilaku nasabah Bank di Indonesia tidak mudah untuk ditebak, ada nasabah yang menginginkan suku bunga yang rendah (contoh pinjaman) atau suku bunga yang tinggi (contoh tabungan, giro dan deposito), biaya administrasi yang rendah dan ada pula nasabah yang menginginkan transaksi keuangan yang cepat, efisien, nyaman dan mudah dalam bertransaksi, kapanpun, dan dimanapun.¹²

Dunia Perbankan dewasa ini telah menyadari bahwa nasabah saat ini tidak hanya mempertimbangkan Bank apa saja tempat mereka menabung atau berinvestasi, tidak hanya mempertimbangkan bunga atau keuntungan yang akan didapatkan dalam Perbankan tersebut, akan tetapi nasabah juga membutuhkan kecanggihan dan kelengkapan fitur dari suatu produk Perbankan, karena saat ini yang dicari oleh nasabah tidak hanya *value* (nilai) yang akan didapatkan dari apa yang ditawarkan oleh pihak Bank tersebut, melainkan kualitas dan kemudahan-kemudahan yang dapat membantu dan memperlancar transaksi nasabah tersebut.¹³

Banyak cara yang dapat dilakukan Bank dalam memenuhi kebutuhan, keinginan dan kepuasan nasabah, salah satunya yaitu dengan memberikan kesan dan citra yang baik dalam hal produk maupun pelayanan kepada nasabah. Dengan pelayanan yang baik, diharapkan nasabah akan merasa dihargai dan tidak merasa diabaikan haknya dan akhirnya nasabah sebagai pengguna atau pelanggan dari jasa yang ditawarkan oleh Bank tersebut akan merasa puas.¹⁴

Saat ini penggunaan teknologi telah berkembang dengan sangat cepat tidak hanya di negara-negara maju tapi juga pada negara-negara berkembang seperti Indonesia. Perkembangan teknologi yang kemudian memunculkan *mobile*

¹¹Vyctoria, *Bongkar Rahasia E-Banking Security dengan Teknik Hacking dan Carding*, (Yogyakarta: Andi, 2013), hlm. 21.

¹²Putro Ismed Hasan, *Bank Muamalat Terbaik di Awal Millennium*, (Jakarta: Masyarakat Proffesional Madani, 2004), hlm. 193.

¹³Griffin Jill, *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*, (Jakarta: Erlangga, 2003), hlm. 56.

¹⁴Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2014), hlm. 41.

banking merupakan alternatif bisnis yang cukup menjanjikan, karena *mobile banking* dipandang memiliki banyak kemudahan bagi kedua belah pihak. Dengan adanya *mobile banking* ini jasa pelayanan Bank kepada nasabah bisa ditingkatkan efisiensinya.¹⁵

Mobile banking merupakan salah satu layanan perbankan yang menerapkan teknologi informasi. Layanan ini menjadi peluang bagi bank untuk menawarkan nilai tambah kepada pelanggan. *Mobile banking* atau biasa disebut m-banking merupakan suatu layanan perbankan yang diberikan oleh bank untuk mendukung kelancaran dan kemudahan kegiatan perbankan. Keefektifan dan keefisienan nasabah untuk melakukan berbagai transaksi. *Mobile banking* tidak akan berjalan, jika tidak didukung oleh telepon seluler dan internet. Setiap orang yang memiliki ponsel dapat memanfaatkan fasilitas ini, untuk berbagai kemudahan layanan perbankan tersebut, diharapkan nasabah merasa puas dalam menggunakan berbagai macam jasa yang diberikan oleh pihak Bank.¹⁶

Mobile banking merupakan salah satu produk jasa dari Bank Muamalat Indonesia yang mengandalkan kecanggihan teknologi GPRS (*General Package Radio Services*) untuk memudahkan nasabahnya dalam melakukan transaksi Perbankan. Industri Perbankan syariah merupakan industri jasa yang dari waktu ke waktu memperbaiki kualitas layanan. Karena karakteristik jasa terletak pada kecepatan, kemudahan pelayanan, dan keamanan. Maka layanan kecepatan dan kemudahan pelayanan harus terus dikembangkan menggunakan bantuan teknologi.¹⁷

Bagi Bank, khususnya PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Binjai sangat penting sekali untuk mengetahui sejauh mana kepuasan nasabah terhadap layanan *mobile banking* dan apakah dengan adanya layanan ini akan mendatangkan keuntungan bagi nasabah.

¹⁵Maryanto Supriyono, *Buku Pintar Perbankan*, (Yogyakarta: Andi, 2011), hlm. 17.

¹⁶Abdillah Mundry dan Lilik Nur Hayati, Pengaruh Layanan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabahdi BRI Syari'ah KCP Malang Pandaan Kabupaten Pasuruan, *Malia: Jurnal Ekonomi Islam Vol. 12 No. 2*, 2021, hlm. 246.

¹⁷Putro Ismed Hasan, *Bank Muamalat Terbaik di Awal Millennium*, (Jakarta: Masyarakat Profesional Madani, 2004), hlm. 17.

B. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang peneliti gunakan adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif yaitu metode yang secara kaidah empiris, objektif, dan metode *discovery* (penemuan). Adapun tujuan dipilihnya jenis penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh layanan *mobile banking* terhadap tingkat kepuasan nasabah. Metode yang digunakan adalah metode survey, yaitu penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data yang utama.¹⁸

Penelitian ini menggunakan metode regresi linear sederhana dengan menggunakan alat analisis SPSS. Pada penelitian ini juga menggunakan analisis data berupa uji keabsahan data berupa uji validitas, uji reliabilitas dan uji asumsi klasik, dilanjutkan dengan uji hipotesis yaitu uji t dan uji r. Metode penelitian ini dimaksudkan untuk mencari hubungan antar variabel penelitian. Variabel yang dimaksud pada penelitian ini adalah hubungan Layanan *Mobile Banking* (X) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Binjai.

Populasi berasal dari kata bahasa Inggris *population*, yang berarti jumlah penduduk.¹⁹ Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.²⁰ Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah yang terdaftar sebagai pengguna *mobile banking* pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Binjai, yang berjumlah 873 orang.²¹

Sampel merupakan bagian atau wakil dari populasi yang diteliti. Dalam penelitian ini menggunakan teknik sampel random sampling, sampel random sampling adalah pengambilan sampel anggota populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata dalam populasi itu.²² Dalam pengambilan sampel biasanya peneliti menentukan terlebih dahulu besarnya

¹⁸Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2008), hlm. 8.

¹⁹Burhan Bugin, *Metode Penelitian Kuantitatif*, hlm. 109.

²⁰Sugiyono, *Metodologi Penelitian Administrasi*, (Bandung: Alfabeta, 2006), hlm. 90.

²¹Data PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Binjai.

²²Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), hlm. 120.

jumlah sampel. Apabila jumlah sampel kurang dari 100 orang maka lebih baik diambil semua, jika subyeknya besar dapat diambil 10- 15% atau 20- 25% atau lebih.²³ Maka besar jumlah sampel mendekati populasi, maka peluang kesalahan generalisasi semakin kecil dan sebaliknya makin kecil jumlah sampel menjauhi populasi, maka makin besar kesalahan generalisasi (diberlakukan umum).²⁴

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Penyajian Data

1. Karakteristik Responden

Penelitian ini dilakukan kepada pengguna *mobile banking* pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Binjai dengan jumlah sampel penelitian berjumlah 80 orang. Gambaran umum responden dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Jenis Kelamin

Distribusi jawaban responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat berdasarkan tabel berikut:

Tabel 4.1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden
1	Laki-laki	31
2	Perempuan	49
Jumlah		80

Sumber: Data Diolah

Responden berdasarkan jenis kelamin didominasi oleh perempuan yaitu sebanyak 49 orang, sedangkan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin laki-laki sebanyak 31 orang.

b. Usia

Distribusi jawaban responden berdasarkan usia dapat dilihat berdasarkan tabel berikut:

²³*Ibid.*, hlm. 121.

²⁴Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 128.

Tabel 4.2 Distribusi Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah Responden
1	< 20 Tahun	8
2	21-30 Tahun	27
3	31-40 Tahun	17
4	41-50 Tahun	21
5	> 50 Tahun	7
Jumlah		80

Sumber: Data diolah

Dari tabel diatas terlihat bahwa usia dari responden yang dijadikan sampel, yang usianya < 20 Tahun ada 8 orang, yang usianya 21 s/d 30 tahun ada 27 orang, yang usianya antara 31 s/d 40 tahun ada 17 orang, yang usianya antara 41 s/d 50 tahun ada 21 orang, dan yang usianya lebih dari 50 tahun ada 7 orang.

c. Pekerjaan

Distribusi jawaban responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat berdasarkan tabel berikut:

Tabel 4.3 Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah Responden
1	PNS/Pegawai Daerah	8
2	TNI/Polri	11
3	Pelajar/Mahasiswa	28
4	Pedagang	14
5	Petani	4
6	Wiraswasta	11
6	Lainnya	12
Jumlah		80

Sumber: Data diolah

Dari tabel diatas karakteristik responden berdasarkan pekerjaan, responden yang menjadi sampel penelitian ini didominasi nasabah yang masih berstatus Pelajar/Mahasiswa 28 orang, pedagang 14 orang,

pekerjaan lainnya 12 orang, TNI/Polri 11 orang, wiraswasta 11 orang, PNS/Pegawai Daerah 8 orang, dan petani 4 orang.

d. Pendidikan

Distribusi jawaban responden berdasarkan pendidikan terakhir dapat dilihat berdasarkan tabel berikut:

Tabel 4.4 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan	Jumlah Responden
1	SMP	4
2	SMA	50
3	Diploma	2
3	S1	24
4	S2	-
Jumlah		80

Sumber: Data Diolah

Berdasarkan tingkat pendidikan terakhir responden penelitian didominasi oleh tamatan SMA sebanyak 50 orang, tamatan S1 sebanyak 24 orang, tamatan SMP sebanyak 4 orang, dan tamatan Diploma sebanyak 2 orang.

2. Hasil Jawaban Responden

a. Tabulasi Jawaban Responden

Tabel 4.5 Tabulasi Jawaban Responden

No	Layanan <i>Mobile Banking</i>				Jumlah	No	Kepuasan Nasabah				Jumlah
	X1	X2	X3	X4			Y1	Y2	Y3	Y4	
1	5	4	5	5	19	1	5	5	5	5	20
2	4	4	3	4	15	2	4	5	5	4	18
3	5	4	3	3	15	3	4	5	5	3	17
4	5	4	3	5	17	4	5	5	5	5	20
5	4	3	3	3	13	5	5	5	5	3	18
6	3	3	4	5	15	6	3	5	5	5	18
7	4	4	5	4	17	7	5	5	5	4	19
8	5	5	4	3	17	8	5	5	5	3	18
9	5	5	3	3	16	9	4	5	5	3	17
10	5	5	5	5	20	10	4	5	5	5	19
11	3	4	5	4	16	11	4	5	5	4	18

12	4	5	4	4	17
13	5	4	5	5	19
14	5	4	5	3	17
15	3	4	3	4	14
16	5	4	5	5	19
17	5	5	5	5	20
18	5	4	4	3	16
19	5	4	4	4	17
20	5	4	3	4	16
21	5	5	5	4	19
22	5	5	5	5	20
23	5	3	5	5	18
24	4	3	4	3	14
25	4	3	3	3	13
26	5	5	5	5	20
27	4	5	4	4	17
28	5	5	5	5	20
29	5	5	5	5	20
30	4	5	3	4	16
31	5	5	3	5	18
32	5	5	4	5	19
33	5	4	5	4	18
34	5	4	5	5	19
35	3	3	3	5	14
36	5	5	5	5	20
37	5	4	4	5	18
38	5	4	5	5	19
39	5	4	5	5	19
40	5	4	5	5	19
41	5	5	5	5	20
42	5	5	5	5	20
43	5	5	5	5	20
44	5	3	3	4	15
45	5	4	4	5	18
46	4	3	3	4	14
47	5	5	3	4	17
48	5	5	5	5	20
49	4	5	5	4	18
50	4	4	5	5	18
51	5	5	5	5	20
52	4	5	4	4	17

12	4	5	5	4	18
13	5	5	5	5	20
14	3	5	5	3	16
15	3	4	4	4	15
16	5	5	5	5	20
17	5	5	5	5	20
18	4	4	5	3	16
19	5	5	5	4	19
20	3	4	4	4	15
21	5	5	5	4	19
22	4	5	5	5	19
23	5	5	5	5	20
24	3	5	5	3	16
25	3	4	5	3	15
26	5	5	5	5	20
27	5	5	5	4	19
28	5	5	5	5	20
29	5	5	5	5	20
30	3	4	4	4	15
31	4	5	5	5	19
32	4	5	5	5	19
33	3	5	5	4	17
34	3	5	4	5	17
35	3	4	4	5	16
36	5	5	5	5	20
37	4	5	5	5	19
38	5	5	5	5	20
39	3	5	5	5	18
40	5	5	5	5	20
41	5	5	5	5	20
42	4	5	5	5	19
43	5	5	5	5	20
44	3	5	4	4	16
45	5	5	5	5	20
46	4	5	5	4	18
47	3	5	5	4	17
48	5	4	5	5	19
49	4	5	5	4	18
50	4	5	5	5	19
51	5	5	5	5	20
52	5	5	5	4	19

53	5	5	5	5	20	53	5	5	5	5	20
54	5	5	5	5	20	54	5	5	5	5	20
55	4	5	3	4	16	55	3	4	4	4	15
56	5	5	3	5	18	56	4	5	5	5	19
57	5	5	4	5	19	57	4	5	5	5	19
58	4	3	3	3	13	58	5	5	5	3	18
59	3	3	4	5	15	59	3	5	5	5	18
60	4	4	5	4	17	60	5	5	5	4	19
61	5	5	4	3	17	61	5	5	5	3	18
62	5	5	3	3	16	62	4	5	5	3	17
63	5	5	5	5	20	63	4	5	5	5	19
64	3	4	5	4	16	64	4	5	5	4	18
65	4	5	4	4	17	65	4	5	5	4	18
66	5	4	5	5	19	66	5	5	5	5	20
67	5	4	5	3	17	67	3	5	5	3	16
68	3	4	5	4	16	68	4	5	5	4	18
69	4	5	4	4	17	69	4	5	5	4	18
70	5	4	5	5	19	70	5	5	5	5	20
71	5	4	5	3	17	71	3	5	5	3	16
72	3	4	3	4	14	72	3	4	4	4	15
73	5	4	5	5	19	73	5	5	5	5	20
74	5	5	5	5	20	74	5	5	5	5	20
75	5	4	4	3	16	75	4	4	5	3	16
76	5	5	5	5	20	76	5	5	5	5	20
77	4	5	4	4	17	77	5	5	5	4	19
78	5	5	5	5	20	78	5	5	5	5	20
79	5	5	5	5	20	79	5	5	5	5	20
80	4	5	3	4	16	80	3	4	4	4	15

Sumber : Data Diolah

B. Analisis Data

1. Uji Validitas

Sebelum menentukan sebuah angket valid atau tidak, terlebih dahulu harus diketahui nilai r_{tabel} . Nilai r_{tabel} yang diperoleh akan dibandingkan nilai r_{hitung} yang diperoleh menggunakan SPSS. Berikut rumus untuk mencari nilai r_{tabel} :

$$r_{\text{tabel}} = r (\alpha/2; n-k-1)$$

α : Nilai Signifikansi

n : Jumlah Sampel Penelitian

k : Jumlah Variabel Bebas

Berdasarkan rumus diatas, maka nilai r_{tabel} pada penelitian ini adalah:

$$r_{tabel} = r (\alpha/2: n-k-1)$$

$$r_{tabel} = r (0,05/2: 80-1-1)$$

$$r_{tabel} = r (0,025: 78)$$

$$r_{tabel} = 0,2199 \text{ (lihat tabel distribusi tabel r pada lampiran)}$$

Berikut adalah hasil uji validitas dan reliabilitas angket dengan menggunakan program SPSS yang dilakukan penelitian kepada 80 orang responden dengan jumlah item pertanyaan 4 untuk variabel X dan 4 untuk variabel Y. Hasil yang diperoleh sebagai berikut:

Tabel 4.6 Ringkasan Uji Validitas

Item	r_{hitung}	r_{tabel} $\alpha = 0,05 ; n =$ 80	Keputusan
Layanan Mobile Banking (X)			
1	0,660	0,2199	Valid
2	0,632	0,2199	Valid
3	0,750	0,2199	Valid
4	0,701	0,2199	Valid
Kepuasan Nasabah (Y)			
1	0,844	0,2199	Valid
2	0,658	0,2199	Valid
3	0,682	0,2199	Valid
4	0,686	0,2199	Valid

Sumber: Data Diolah

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa seluruh item nilainya lebih besar dari nilai r_{tabel} sebesar 0,2199 maka dapat disimpulkan bahwa butir-butir instrumen tersebut valid.

2. Uji Reliabilitas

Adapun hasil dari perhitungannya dapat terlihat pada tabel hasil output SPSS dibawah ini:

Tabel 4.7 Ringkasan Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Yang Diisyaratkan	Keterangan
1	Layanan <i>Mobile Banking</i> (X)	77,2%	> 60 %	Reliabel
2	Kepuasan Nasabah (Y)	76,7%	> 60 %	Reliabel

Sumber: Data Diolah

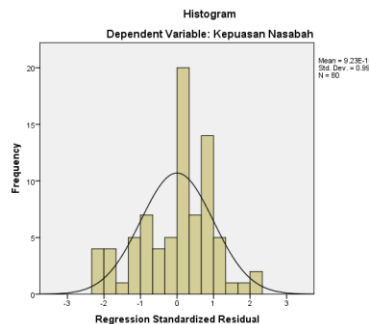
Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai *cronbach alpha* variabel Layanan *Mobile Banking* (X) yaitu 77,2% > 60%, dan variabel Kepuasan Nasabah (Y) yaitu 76,7% > 60%. Maka setiap variabel yang diujikan reliabel atau konsisten, memiliki tingkat reliabilitas yang baik sehingga data yang diperoleh dari angket yang disebar dinyatakan dapat dipercaya dan dianalisa.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

1) Uji Grafik Histogram

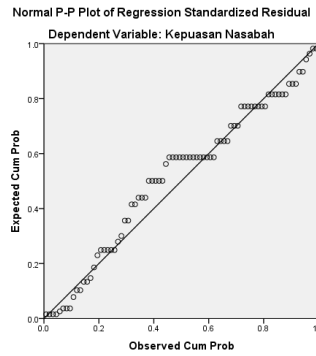
Gambar 4.2 Grafik Histogram



Berdasarkan gambar diatas histogram *Regression Residual* membentuk kurva seperti lonceng maka nilai residual tersebut dinyatakan normal atau data berdistribusi normal.

2) Uji Grafik P-P Plot

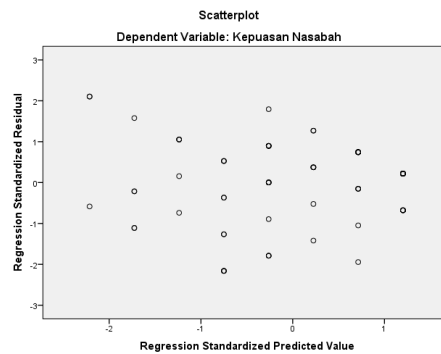
Gambar 4.3 Grafik P-P Plot



Berdasarkan grafik diatas, titik-titik mengikuti atau merapat ke garis diagonal maka data dalam penelitian ini normal atau berdistribusi normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Gambar 4.4 Scatterplot



Berdasarkan tampilan Scatterplot pada gambar 4.3 maka dapat disimpulkan bahwa plot menyebar secara acak diatas maupun dibawah angka nol pada sumbu *regression studentized residual*. Oleh karena itu pada model regresi yang dibentuk dinyatakan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

c. Uji Otokorelasi

Tabel 4.8 Uji Otokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.735 ^a	.540	.534	1.116	1.819

a. Predictors: (Constant), Layanan Mobile Banking

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Data Diolah

Berdasarkan tabel 4.8, nilai Durbin-Watson = 1,819. Maka dapat disimpulkan pada model regresi ini tidak terdapat gejala otokorelasi karena nilai Durbin-Watson berada diantara -2 sampai +2 atau $-2 < 1,819 < 2$.

4. Uji Hipotesis

a. Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel independen secara individual (parsial). Adapun dasar pengambilan keputusan pada Uji t adalah sebagai berikut :

- 1) Jika nilai sig $< 0,05$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka terdapat pengaruh variabel X terhadap Y.
- 2) Jika nilai sig $> 0,05$ atau $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap Y.

Sebelum melakukan uji t, terlebih dahulu harus diketahui nilai t_{tabel} . Nilai t_{tabel} yang diperoleh akan dibandingkan nilai t_{hitung} yang diperoleh menggunakan SPSS. Berikut rumus untuk mencari nilai t_{tabel} :

$$t_{tabel} = t (\alpha/2; n-k-1)$$

α : Nilai Siginifikansi

n : Jumlah Sampel Penelitian

k : Jumlah Variabel Bebas

Berdasarkan rumus diatas, maka nilai t_{tabel} pada penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

$$t_{tabel} = t (\alpha/2; n-k-1)$$

$$t_{tabel} = t (0,05/2; 80-1-1)$$

$$t_{tabel} = t (0,025; 78)$$

$$t_{tabel} = 1,99085 \text{ (lihat tabel distribusi tabel t pada lampiran)}$$

Setelah mengetahui nilai t_{tabel} maka langkah selanjutnya mencari t_{hitung} . Pada penelitian ini t_{hitung} diperoleh dari pengolahan data menggunakan program komputer SPSS. Berikut nilai t_{hitung} setelah penulis melakukan pengolahan data menggunakan SPSS:

**Tabel 4.9 Uji t
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	8.031	1.081		7.427	.000		
Layanan Mobile Banking	.586	.061	.735	9.571	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Data diolah

Hasil yang didapat pada tabel 4.9 variabel Layanan *Mobile Banking* secara statistik menunjukkan nilai signifikansi 0,000 dan t_{hitung} 9,571. Berdasarkan hal tersebut dapat dikemukakan bahwa α ($0,000 < 0,05$) dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($9,571 > 1,99085$) maka terdapat pengaruh variabel X terhadap Y. Berdasarkan pemamaparan tersebut dapat dijelaskan bahwa hipotesis yang diterima pada penelitian ini adalah H_a yaitu terdapat pengaruh yang signifikan antara layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Binjai.

b. Uji r

Koefisien determinasi atau R square (R^2) merupakan besarnya kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Semakin tinggi koefisien determinasi, semakin tinggi kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variasi perubahan pada variabel terikatnya. Selengkapnya mengenai hasil uji Adj R^2 dapat dilihat pada tabel 4.5 di bawah ini :

**Tabel 4.10 Uji r
Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.735 ^a	.540	.534	1.116	1.819

a. Predictors: (Constant), Layanan Mobile Banking

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Data diolah

Besarnya angka adjusted r square adalah 0,534 atau sebesar 53,4%. Dapat disimpulkan bahwa layanan *mobile banking* yang ditawarkan PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Binjai mempengaruhi kepuasan nasabah sebesar 53,4%, sedangkan sisanya sebesar 46,6% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini seperti variabel kualitas pelayanan, kualitas produk, faktor emosional, tingkat bagi hasil, biaya administrasi dan lain sebagainya.

5. Analisis Regresi Linear Sederhana

**Tabel 4.11 Regresi Linear Sederhana
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	8.031	1.081		7.427	.000		
Layanan Mobile Banking	.586	.061	.735	9.571	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Data diolah

Berdasarkan tabel 4.1 maka diperoleh model persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 8,031 + 0,586X$$

Dimana:

Y = Kepuasan Nasabah

X = Layanan *Mobile Banking*

Adapun interpretasi statistik penulis pada model persamaan regresi adalah sebagai berikut:

- a. Konstanta sebesar 8,031; artinya jika Layanan *Mobile Banking* (X) nilainya adalah 0, maka kepuasan nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Binjai (Y) nilainya yaitu sebesar 8,031. Maksudnya adalah apabila PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Binjai tidak memiliki layanan *mobile banking* yang ditawarkan maka kepuasan nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Binjai sebesar 8,031%.
- b. Koefisien regresi variabel harga (X) sebesar 0,586; artinya layanan *mobile banking* yang ditawarkan PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Binjai mengalami kenaikan 1, maka kepuasan nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Binjai (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,586%.
- c. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif atau sejalan antara layanan *mobile banking* dengan kepuasan nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Binjai, semakin baik layanan *mobile banking* yang ditawarkan PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Binjai maka semakin meningkat juga kepuasan nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Binjai, begitupun sebaliknya.

Kepuasan nasabah menjadi sangat penting bagi suatu perusahaan, yang dalam penelitian ini adalah perusahaan yang bergerak di bidang jasa Perbankan, di mana pelayanan yang baik memegang peran utama dalam memberikan kepuasan kepada para nasabahnya. Bagi perusahaan Perbankan suatu kepuasan nasabah

sangat diperlukan khususnya dalam rangka eksistensi perusahaan tersebut, sehingga nasabah tersebut akan tetap menggunakan jasa perusahaan tersebut.²⁵

Kepuasan nasabah adalah prioritas utama dalam dunia Perbankan, karena jika nasabah merasa puas maka nasabah akan selalu memakai produk dan jasa bank tersebut, tetapi jika nasabah tidak merasa puas maka mereka akan meninggalkan produk dan jasa yang telah dipakainya dan mencari produk lain yang dianggap dapat sesuai dengan apa yang mereka inginkan. Apabila nasabah puas terhadap jasa yang diberikan oleh bank, maka kemungkinan besar jumlah nasabah akan meningkat dan dengan adanya peningkatan tersebut dapat memberikan dampak positif terhadap bank. Tetapi bank yang kurang memperhatikan kepuasan nasabah pasti akan mengalami kegagalan.²⁶

Dalam menjalankan usahanya, penyedia jasa (Bank) harus memberikan pelayanan terbaik bagi nasabahnya dan harus didukung dengan sarana dan prasarana yang memadai agar menarik minat masyarakat menjadi nasabah baru dan tidak pindah ke kompetitor lain. Salah satunya yaitu dengan mengeluarkan produk yang dapat memenuhi kebutuhan para nasabah.

Terobosan-terobosan baru produk dan jasa Perbankan yang memiliki teknologi yang canggih akan memudahkan nasabah melakukan berbagai transaksi keuangan, diantaranya melalui media elektronik atau yang dikenal dengan *mobile banking*. *Mobile banking* merupakan salah satu produk jasa yang mengandalkan kecanggihan teknologi GPRS (*General Package Radio Services*) untuk memudahkan nasabahnya dalam melakukan transaksi Perbankan.²⁷

Bank menyediakan layanan *mobile banking* untuk memenuhi tuntutan dan kebutuhan nasabah sebagai alternatif untuk melakukan transaksi Perbankan. Melalui *mobile banking*, nasabah dapat mengakses produk dan jasa Perbankan dengan menggunakan smartphone. Transaksi m-banking dapat dilakukan di mana

²⁵Ratminto dan Atik Septi Winarsih, *Manajemen Pelayanan*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005), hlm. 13.

²⁶Shelvia Amelinda Nurmaulia dan Aris Sunindyo, Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Tabungan Simpedes Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Kantor Cabang Pattimura Semarang, *Jurnal keunis Majalah Ilmiah Vol. 7 No .1*, 2019, hlm. 7.

²⁷Vyctoria, *Bongkar Rahasia E-Banking Security dengan Teknik Hacking dan Carding*, (Yogyakarta: Andi, 2013), hlm. 21.

saja dan kapan saja selama 24 jam tanpa nasabah datang ke Bank atau Anjungan Tunai Mandiri (ATM), kecuali transaksi setoran dan tarik tunai.²⁸

Mobile banking merupakan salah satu layanan perbankan yang menerapkan teknologi informasi. Layanan ini menjadi peluang bagi bank untuk menawarkan nilai tambah kepada pelanggan. *Mobile banking* atau biasa disebut m-banking merupakan suatu layanan perbankan yang diberikan oleh bank untuk mendukung kelancaran dan kemudahan kegiatan perbankan. Keefektifan dan keefisienan nasabah untuk melakukan berbagai transaksi. *Mobile banking* tidak akan berjalan, jika tidak didukung oleh telepon seluler dan internet. Setiap orang yang memiliki ponsel dapat memanfaatkan fasilitas ini, untuk berbagai kemudahan layanan perbankan tersebut, diharapkan nasabah merasa puas dalam menggunakan berbagai macam jasa yang diberikan oleh pihak Bank.²⁹

Bagi Bank, khususnya PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Binjai sangat penting sekali untuk mengetahui sejauh mana kepuasan nasabah terhadap layanan *mobile banking* dan apakah dengan adanya layanan ini akan mendatangkan keuntungan bagi nasabah. Karena hal terpenting bagi nasabah adalah kemudahan-kemudahan memperoleh informasi keuangan dan bertransaksi secara *online*, tanpa harus mengunjungi Bank. Penelitian ini menitikberatkan pada pengaruh layanan *mobile banking* ditinjau dari prespektif PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Binjai sebagai penyedia layanan *mobile banking* dalam bertransaksi terhadap kepuasan nasabah tersebut.

Berdasarkan hasil dari berbagai pengujian yang penulis lakukan, pengujian uji t, uji r, maupun regresi linear sederhana penulis dapat menganalisa bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Binjai hal ini diperoleh dari uji hipotesis yaitu uji t yang menunjukkan variabel Layanan *Mobile Banking* secara statistik menunjukkan nilai signifikansi 0,000 dan t_{hitung} 9,571. Berdasarkan hal tersebut dapat dikemukakan bahwa α ($0,000 < 0,05$) dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($9,571 > 1,99085$) maka terdapat pengaruh variabel X terhadap Y.

²⁸Maryanto Supriyono, *Buku Pintar Perbankan* (Yogyakarta: Andi, 2011), hlm. 65.

²⁹Abdillah Mundir dan Lilik Nur Hayati, Pengaruh Layanan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabahdi BRI Syari'ah KCP Malang Pandaan Kabupaten Pasuruan, *Malia: Jurnal Ekonomi Islam Vol. 12 No. 2*, 2021, hlm. 246.

Layanan *mobile banking* yang ditawarkan PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Binjai mempengaruhi kepuasan nasabah sebesar 53,4%, sedangkan sisanya sebesar 46,6% (100% - 53,4%) dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini seperti variabel kualitas pelayanan, kualitas produk, faktor emosional, tingkat bagi hasil, biaya administrasidan lain sebagainya.

Terjadi hubungan positif atau sejalan antara layanan *mobile banking* dengan kepuasan nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Binjai, semakin baik layanan *mobile banking* yang ditawarkan PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Binjai maka semakin meningkat juga kepuasan nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Binjai, begitupun sebaliknya semakin buruk layanan *mobile banking* yang ditawarkan PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Binjai maka semakin menurun juga kepuasan nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Binjai.

D. KESIMPULAN

1. Terdapat pengaruh yang signifikan antara layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah, hal ini diperoleh dari hasil statistik menunjukkan nilai signifikansi 0,000 dan t_{hitung} 9,571. Berdasarkan hal tersebut dapat dikemukakan bahwa α (0,000 < 0,05) dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ (9,571 > 1,99085) maka terdapat pengaruh variabel X terhadap Y.
2. Layanan *mobile banking* yang ditawarkan PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Binjai mempengaruhi kepuasan nasabah sebesar 53,4%, sedangkan sisanya sebesar 46,6% (100% - 53,4%) dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini seperti variabel kualitas pelayanan, kualitas produk, faktor emosional, tingkat bagi hasil, biaya administrasi dan lain sebagainya.
3. Terjadi hubungan positif atau sejalan antara layanan *mobile banking* dengan kepuasan nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Binjai, semakin baik layanan *mobile banking* yang ditawarkan PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Binjai maka semakin meningkat juga kepuasan nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Binjai, begitupun sebaliknya semakin buruk layanan

mobile banking yang ditawarkan PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Binjai maka semakin menurun juga kepuasan nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Binjai.

Daftar Pustaka

- Abdullah, M. *Tafsir Ibnu Katsir*. Bogor: Pustaka Imam Asy-Syafi'i. 2007.
- Alam, Anjur Perkasa. Dkk. Penggunaan Fasilitas *E-Banking* Dalam Minat Nasabah Studi Kasus Pada PT. BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Stabat, *Journal Economy And Currency Study (JECS)*, Vol. 3 No. 2, 2021.
- Al-Bukhari, Abu Abdullah Muhammad bin Ismail. *Ensiklopedia Hadits; Shahih al-Bukhari 1*. Terj. Masyhar dan Muhammad Suhadi. Jakarta: Almahira. 2011.
- Aniss, Aviana Nur Aieni., dan Purwantini, Hakim. Eksplorasi Penggunaan *Mobile Banking: Pendekatan Technology Acceptance Model*, *Jurnal Analisis Bisnis Ekonomi*, Vol. 15 No. 1, 2017.
- Arief, M. *Pemasaran Jasa & kualitas Pelayanan*. Malang: PT. Bayu Media. 2007.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta. 2006.
- Barat, Atep Adya. *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*. Jakarta: Elex Media Komputindo. 2004.
- Bugin, Burhan. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana. 2005.
- Cahyani, Putri Dwi. Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Layanan Perbankan Syariah Di Yogyakarta, *Jurnal Bisnis dan Manajemen Vol. 6 No. 2*, 2016.
- Chandrasekaran and Narayanan, *Recent and Future Trends In E –Banking Services For Indian Banking Sector. Journal of The Gujarat Research Society*, Vol. 21 No. 16, 2019.
- Darmawan, Zulfikri Charis. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah, *Al-Tijary Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam Vol. 3 No. 2*, 2018.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 22. 5th edition*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. 2013.

- Guspul, Ahmad. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Nasabah Kospin Jasa Cabang Wonosobo), *Jurnal PPKM UNSIQ Vol. 1 No. 1* 2014.
- Hamdani, Et, El. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat. 2009.
- Harahap, Muhammad Arfan. Dkk. Pengaruh *Marketing Mix* terhadap Keputusan Nasabah untuk Menabung pada PT Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Stabat, *El-Mal Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam, Vol. 3 No. 2*, 2020.
- Hasan, Putro Ismed. *Bank Muamalat Terbaik di Awal Millennium*. Jakarta: Masyarakat Profesional Madani. 2004.
- Jill, Griffin. *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga. 2003.
- Jureid. (2016). MANAJEMEN RISIKO BANK ISLAM (PENANGANAN PEMBIAYAAN BERMASALAH DALAM PRODUK PEMBIAYAAN PADA PT. BANK MUAMALAT CABANG PEMBANTU PANYABUNGAN). *Analytica Islamica*, 5(1).
- Kasmir. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana. 2014.
- Kementerian Agama RI. *Al-Quran dan Terjemahnya*. Jakarta: Kemenag Press. 2014.
- Khumaini, Sabik. Dkk. Pengaruh Fasilitas Layanan Internet Banking Dan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Tangerang, *Al Maal, Journal of Islamic Economics and Banking, Vol. 3 No. 2*, 2022.
- Kusuma, Rizal Wahyu. Pengaruh Kualitas Produk. Harga. dan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BNI Surabaya Kota, *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen Vol 4 No. 12*. 2015.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks. 2005.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Erlangga. 2010.
- Muhammad. *Metode Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta: Rajawali Pres. 2008.

- Mundir, Abdillah., dan Hayati, Lilik Nur. Pengaruh Layanan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabahdi BRI Syari'ah KCP Malang Pandaan Kabupaten Pasuruan, *Malia: Jurnal Ekonomi Islam Vol. 12 No. 2*, 2021.
- Nazir, Moh. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghia Indonesia. 2011.
- Noor, Juliansyah. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group. 2013.
- Nurmaulia, Shelvia Amelinda., dan Sunindyo, Aris. Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Tabungan Simpedes Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Kantor Cabang Pattimura Semarang, *Jurnal keunis Majalah Ilmiah Vol. 7 No .1*, 2019.
- Ratminto dan Winarsih, Atik Septi. *Manajemen Pelayanan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2005.
- Rianto, Adi. Et, Al. *Metodologi Penelitian Sosial dan Hukum*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia. 2014.
- Salma, Fitria Solahika., dan Ratnasari, Ririn Tri. Pengaruh Kualitas Jasa Perspektif Islam Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Hotel Grand Kalimas Surabaya, *Jurnal Ekonomi Islam Vol 2. No. 4*. 2015.
- Santoso, Singgih. *Buku Latihan SPSS Parametrik*. Jakarta: Elex Media Komputindo. 2012.
- Sarjiyus. Dkk. *Improved Online Security Framework for e-Banking Services in Nigeria: A Real World Perspective. Journal of Scientific Research & Reports, Vol. 23 No.1*, 2019.
- Setiawan, Heri. dkk. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Nasabah Koperasi Rejo Agung Sukses Cabang Ngaliyan), *Journal Of Management, Vol.2 No. 2*, 2016.
- Soegito, Eddy Soeryatno. *Marketing Research: Panduan Bagi Manajer. Pimpinan Perusahaan Organisasi*, Jakarta: Elex Media Komputindo. 2007.
- Sondakh, Conny. 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 Vol. 3 No.1*, 2014.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta. 2014.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta. 2008.
- Sugiyono. *Metodologi Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta. 2006.
- Sugiyono. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta. 2008.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta. 2014.
- Sulaiman, Wahid. *Analisis Regresi Menggunakan SPSS Contoh Kasus Dan Pemecahannya*. Jakarta: Penerbit Andi. 2006.
- Suliyanto. *Ekonometrika Terapan: Teori & Aplikasi dengan SPSS*, Yogyakarta: Andi. 2011.
- Supranto, J. *Metode Riset*. Yogyakarta: Rineka Cipta. 2003.
- Supriyono, Maryanto. *Buku Pintar Perbankan*, Yogyakarta: Andi. 2011.
- Tanjung, Hendri. Et, Al. *Manajemen Syariah dalam Praktik*, Jakarta: Gema Insani. 2008.
- Tjiptono, Fandy. *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Andi. 2012.
- Vyctoria. *Bongkar Rahasia E-Banking Security dengan Teknik Hacking dan Carding*, Yogyakarta: Andi. 2013.
- Wright. Et, Al. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Indeks. 2005.
- Yazid, Abi Muh Bin. *Sunan Ibnu Majah*, Kairo: Darul Hadits. 2008.
- <http://www.bankmuamalat.co.id>