

**PENGARUH LAYANAN *MOBILE BANKING*  
TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PT. BANK  
SULUTGO**

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sains Terapan (SST)  
Pada Program Study Manajemen Bisnis*

**Oleh**

**JEREMI JEFRAY WONGKAR**

**NIM : 21053075**



**POLITEKNIK NEGERI MANADO  
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS D-IV**

**2025**

Jeremi Jefray Wongkar, 2025 “**Pengaruh Layanan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank SulutGo**”. Di bawah bimbingan Dr. Ir. Efendy Rasjid, M.Si.,MM dan Drs. Laurens Ponggohong, M.Si.

## **ABSTRAK**

Pada penulisan skripsi ini, permasalahan yang dikaji adalah apakah layanan *mobile banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah serta bagaimana cara mengimplementasikan layanan *mobile banking* untuk meningkatkan kepuasan nasabah pada PT. Bank SulutGO. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Layanan Mobile Banking terhadap Kepuasan Nasabah serta memahami implementasi Layanan Mobile Banking dalam meningkatkan Kepuasan Nasabah pada PT. Bank SulutGO. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode asosiatif. Analisis data dilakukan menggunakan uji validitas dan realibilitas, analisis korelasi, regresi linear sederhana, pengujian hipotesis, uji asumsi klasik, uji t dan uji koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Layanan Mobile Banking (X) berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Y) pada PT. Bank SulutGO.

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

Jeremi Jefray Wongkar, 2025 "*The Influence Mobile Banking Services on Customer Satisfaction at PT. Bank SulutGo*". Under the guidance of Dr. Ir. Efendy Rasjid, M.Si.,MM and Drs. Laurens Ponggohong, M.Si.

### **ABSTRACT**

*In writing this thesis, the issues examined are whether mobile banking services affects customer satisfaction and how to implement of mobile banking services to enhance customer satisfaction at PT. Bank SulutGo. This study aims to determine the effect of mobile banking service banking services on customer satisfaction and to understand the implementation of mobile banking services in improving customer satisfaction at PT. Bank SulutGO. This research uses a quantitative approach with an associative method. Data analysis was performed using validity and reliability tests, correlation analysis, simple linear regression, hypothesis testing, classical assumption testing, t-tests, and coefficient of determination tests. The results of the study indicate that Mobile Banking Services (X) have a significant effect on Customer Satisfaction (Y) at PT. Bank SulutGO.*

**Keywords:** *Mobile Banking Services, Customer Satisfaction*

## MOTTO

“Masih ada harapan hari depanmu, demikianlah firman Tuhan”  
(Yeremia 31 : 17)

"Bukan karena hal itu sulit maka kita tidak mencoba, tapi karena kita tidak mencoba, maka hal itu jadi sulit. Kamu sungguh sial jika kamu tidak pernah tertimpa musibah. Karena artinya kamu menjalani hidup tanpa pernah menghadapi 'lawan'. Tidak ada yang tahu kemampuanmu sesungguhnya bahkan dirimu sendiri tidak."  
(Seneca)

"Jika jalanmu terlihat terlalu mudah, mungkin kamu berada di jalan yang salah."  
(Monkey D Luffy)

“Jangan takut untuk memulai lagi. Kali ini, kamu tidak memulai dari nol. Kamu memulai dari pengalaman.”  
(Tyrion Lannister)

“Kekuatan sejati tidak ditemukan dalam kekuatan, tapi dalam kecerdasan dan kesabaran.”  
(Michael Scofield)

“Bila Tuhan beserta kita, siapa yang berani melawan kita.”  
**SI DEUS PRO NOBIS, QUIS CONTRA NOS**

**Kupersembahkan Karya ini untuk :**

*Hormat dan Kemuliaan Tuhan Yesus Kristus*

*Papa, Mama, Kakak, Adik, Oma, dan Opa serta seluruh Keluarga Tercinta yang memberikan arahan, nasehat, serta memotivasi.*

**LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Skripsi oleh Jeremi Jefray Wongkar  
Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji.

Manado, 11 September 2025

Disetujui,

Dosen Pembimbing 1,



**Dr. Ir. Efendy Rasjid, M.Si., MM**  
NIP. 19670516 199403 1 013

Dosen Pembimbing 2,



**Drs. Laurens Ponggohong, M.Si**  
NIP. 19610208 198811 1 001



**Juliet P.T. Makinggung, SE, M.Si**  
NIP. 19730722 200212 2 001

**LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN**

**ANALISIS LAYANAN *MOBILE BANKING* TERHADAP  
KEPUASAN NASABAH PADA PT. BANK SULUTGO**

Oleh

**JEREMI JEFRAY WONGKAR**  
NIM. 21 053 080

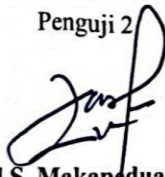
Telah dipertimbangkan didepan dewan penguji dan dinyatakan sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Sains Terapan Manajemen (S.Tr.M)  
Pada, 11 September 2025

Ketua/Penguji 1



**Dr. Ir. Efendy Rasjid, M.Si., MM**  
NIP. 19670516 199403 1 013

Penguji 2



**Jacob Tatoel S. Makapdua, SE, MTDev**  
NIP. 19650121 199003 1 003

Penguji 3





**Lietje Lumatauw, STh., MSI**  
NIP. 19630730 199303 2 001



Mengetahui,  
Ketua Jurusan Administrasi Bisnis



**Diana Romytha S. Maramis, SE, M.Si**  
NIP. 19720915 200212 2 001

		<b>POLITEKNIK NEGERI MANADO</b>				
FORMULIR	FM-203 ed.A rev.0	ISSUE: A	Issued: 26-02-2020	UPDATE: 0	Updated: 00-00-0000	

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Jeremi Jefray Wongkar  
 NIM : 21053075  
 Jurusan : Administrasi Bisnis  
 Program Studi : DIV Manajemen Bisnis  
 Judul Skripsi : Pengaruh Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank SulutGo

Dengan ini menyatakan bahwa tulisan karya ilmiah berupa Skripsi ini adalah asli karya penulis, tidak ada karya/ data orang lain yang telah dipublikasikan, dan bukan karya orang lain dalam rangka mendapatkan gelar akademik di perguruan tinggi, selain yang diacu dalam kutipan dan/ atau dalam daftar pustaka.

Demikian surat pernyataan ini saya buat, jika dikemudian hari terbukti karya ini merupakan karya orang lain baik yang di publikasikan maupun dalam rangka memperoleh gelar akademik di perguruan tinggi, saya bersedia ditindak sesuai peraturan perundang- undangan yang berlaku, dan siap untuk dicabut gelar akademik saya.

Manado, September 2025

Yang membuat pernyataan,



**Jeremi Jefray Wongkar**  
 NIM. 21053075

*FM-203 ed.A rev.0*

**BIODATA MAHASISWA**

Nama Lengkap : Jeremi Jefray Wongkar  
NIM : 21 053 075  
Tempat, Tanggal Lahir : Kotamobagu, 23 November 2003  
Alamat : Manado, Sulawesi Utara  
Nama Ayah : Reky Wongkar  
Nama Ibu : Sherly H Warouw  
Alamat Orang Tua : Manado, Sulawesi Utara  
Daerah Asal : Manado, Sulawesi Utara  
Judul Skripsi : Pengaruh Layanan *Mobile Banking*  
Terhadap Kepuasan Nasabah  
Pada PT. Bank SulutGo.  
Dosen Pembimbing : 1. DR.Ir. Efendy Rasjid, M.Si. MM  
2. Drs. Laurens Ponggohong, M.Si  
Dosen Penguji : 1. DR.Ir. Efendy Rasjid, M.Si. MM  
2. Jacob T.Makapedua,SE., Mtdev  
3. Lietje Lumantauw, STh, MSi  
Waktu Pelaksanaan Ujian Skripsi :



Manado, 11 September 2025

Mahasiswa

**Jeremi Jefray Wongkar**

NIM. 21 053 080

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan berkah, rezeki, rahmat serta kemudahan sehingga proses penyusunan Skripsi ini dapat diselesaikan tepat waktu dan sesuai harapan. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan di Politeknik Negeri Manado. Selain itu juga Skripsi ini bertujuan untuk mendeskripsikan segala sesuatu yang berhubungan dengan penelitian yang penulis lakukan.

Dalam Skripsi ini akan membahas tentang “Analisis Layanan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank SulutGo.” Proses penelitian hingga penyusunan skripsi ini tidak lepas dari berbagai dukungan yang telah penulis terima. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Dra. Mareyke Alelo MBA, selaku Direktur Politeknik Negeri Manado.
2. Dr. Diane Tangian, SH, M.Si, sebagai Wakil Direktur Bidang Akademik Politeknik Negeri Manado.
3. Selvi R. Kalele, SE, M.Si, sebagai Wakil Direktur Bidang Keuangan dan Umum Politeknik Negeri Manado.
4. Rudolf Estephanus Goliot Mait, ST, MT, sebagai Wakil Direktur Bidang Kemahasiswaan dan Alumni Politeknik Negeri Manado.
5. Juliet P.T. Makinggung, SE, M.Si, sebagai Wakil Direktur Bidang Perencanaan dan Kerja Sama Politeknik Negeri Manado, dan selaku Ketua Panitia Tugas Akhir dan Skripsi Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Manado tahun 2025.
6. Diana R. S. Maramis, SE, M.Si, selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Manado.
7. DR.Ir. Efendy Rasjid, M.Si. MM dan Drs. Laurens Ponggohong, SE, M.Si, sebagai Dosen Pembimbing 1 dan Dosen Pembimbing 2.
8. Jacob T.Makapedua,SE., Mtdev, sebagai Dosen Penguji 2.
9. Lietje Lumantauw, STh, MSi, sebagai Dosen Penguji 3.

10. Dosen beserta Staf Jurusan Administrasi Bisnis, yang telah memberikan ilmu-ilmu dan kemudahan selama penulis mengemban pendidikan di Program Studi Manajemen Bisnis Politeknik Negeri Manado.
11. Ibu Risy J. Tumiwa, selaku Pimpinan Cabang Utama beserta seluruh Pegawai PT. Bank SulutGo yang telah memberikan kesempatan dan bimbingan selama proses magang dan penyusunan Skripsi.
12. Kedua orang tua tersayang, Papa dan Mama, yang menjadi panutan penulis dan tidak henti-hentinya memberikan kasih sayang, motivasi, dukungan, do'a, dan semangat hingga penulis berhasil menyelesaikan Skripsi ini.
13. Kakak, Adik dan Keluarga Besar, yang selalu membuat penulis termotivasi dan menjadi *support system* dalam menyelesaikan Skripsi ini.
14. Marco, Fidel, Wulan, Mutiara, Catherine, dan Jihan selaku *partner* yang telah membantu selama proses perkuliahan sampai penyusunan Skripsi.
15. Seluruh teman-teman dari *group* YMMA (Yang Mong Mong Aja), yang tidak bisa saya sebut satu persatu.

Akhir kata, dengan segala keterbatasan yang ada, penulis berharap skripsi ini mampu menjadi pemantik gagasan baru serta memberikan nilai kebermanfaatannya yang berkelanjutan. Segala kritik dan saran akan menjadi bahan berharga dalam upaya perbaikan di masa mendatang. Penulis berharap Skripsi ini dapat memberi kontribusi positif, bagi para pembaca dan pihak-pihak yang berkepentingan.

Manado, 11 September 2025

Penulis,



**Jeremi Jefray Wongkar**

NIM. 21 053 075

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
ABSTRAK .....	ii
MOTTO.....	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	v
LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN.....	vi
LEMBAR KEASLIAN SKRIPSI .....	vii
BIODATA.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
9.1 Latar Belakang.....	1
9.2 Identifikasi Masalah.....	6
9.3 Rumusan Masalah.....	6
9.4 Pembatasan Masalah.....	7
9.5 Tujuan dan Manfaat.....	7
<b>BAB II KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS.....</b>	<b>9</b>
2.1 Uraian Teoritis .....	9
2.1.1 Konsep Manajemen Digital .....	9
2.1.2 Konsep Layanan <i>Mobile Banking</i> .....	10
2.1.3 Konsep Kepuasan Nasabah .....	17
2.1.4 Hubungan Antar Konsep.....	21
2.2 Tinjauan Pustaka.....	22
2.3 Perbedaan Penelitian Terdahulu.....	26
2.4 Kerangka Teoritik .....	28
2.5 Hipotesis .....	32
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>33</b>
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian.....	33
3.2 Jenis Penelitian dan Metode Penelitian .....	33
3.2.1 Jenis Penelitian .....	33
3.2.2 Metode Penelitian.....	33
3.3 Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data .....	34
3.3.1 Jenis Data .....	34
3.3.2 Metode Pengumpulan Data .....	35
3.4 Populasi dan Sampel.....	36
3.4.1 Populasi .....	36
3.4.2 Sampel.....	36

3.5	Definisi Operasional Variabel .....	37
3.5.1	Definisi Operasional Layanan <i>Mobile Banking</i> (X) .....	37
3.5.2	Definisi Operasional Kepuasan Nasabah (Y).....	40
3.6	Pengukuran Variabel .....	43
3.7	Metode Analisa.....	44
3.7.1	Analisis Statistik Deskriptif.....	44
3.7.2	Analisis Instrumen Jawaban Responden.....	45
3.7.3	Total Skor.....	46
3.7.4	Pengukuran Validitas dan Reliabilitas .....	46
3.7.5	Analisis Korelasi .....	50
3.7.6	Regresi Linier Sederhana .....	51
3.7.7	Pengujian Hipotesis .....	52
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>54</b>
4.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	54
4.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan.....	54
4.1.2	Lokasi dan Telepon Perusahaan .....	57
4.1.3	Visi dan Misi Perusahaan .....	57
4.1.4	Struktur Perusahaan.....	58
4.1.5	Sumber Daya Teknologi.....	63
4.2	Hasil Analisis.....	63
4.2.1	Deskripsi Responden.....	63
4.2.2	Hasil Analisis Deskriptif .....	66
4.2.3	Hasil Analisis Instrumen Jawaban Responden.....	68
4.2.4	Total Skor Layanan <i>Mobile Banking</i> dan Kepuasan Nasabah.....	72
4.2.5	Uji Asumsi Klasik.....	75
4.2.6	Hasil Analisis Korelasi dan Regresi Sederhana .....	76
4.2.7	Uji Hipotesis Uji t .....	80
4.3	Pembahasan .....	82
4.3.1	Gambaran Layanan <i>Mobile Banking</i> .....	82
4.3.2	Gambaran Kepuasan Nasabah .....	85
4.3.3	Pengaruh Layanan <i>Mobile Banking</i> (X) Terhadap Kepuasan Nasabah (Y).....	88
4.4	Implementasi.....	93
4.4.1	Penerapan Hasil Penelitian Variabel Layanan <i>Mobile Banking</i> (X).....	94
4.4.2	Penerapan Hasil Penelitian Variabel Kepuasan Nasabah (Y).....	96

<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>99</b>
5.1 Kesimpulan .....	99
5.2 Saran .....	101

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Teks</b>	<b>Halaman</b>
2.1	Penelitian Terdahulu.....	22
3.1	Kisi-kisi Instrumen Layanan <i>Mobile Banking</i> (X).....	38
3.2	Kisi-kisi Instrumen Kepuasan Nasabah (Y).....	41
3.3	Nilai Bobot Jawaban .....	42
3.4	Rentang Skala Nilai dan Kategori Instrumen Jawaban.....	45
3.5	Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi .....	51
4.1	Jumlah Nasabah Berdasarkan Jenis Kelamin .....	64
4.2	Jumlah Nasabah Berdasarkan Pendidikan .....	65
4.3	Jumlah Nasabah Berdasarkan Usia.....	65
4.4	Deskripsi Variabel Penelitian Layanan <i>Mobile Banking</i> (X) dan Kepuasan Nasabah (Y) .....	67
4.5	Rentang Skala Untuk Kategori Nilai Rata-Rata Skor Jawaban .....	69
4.6	Instrumen Jawaban Responden Layanan <i>Mobile Banking</i> .....	70
4.7	Instrumen Jawaban Responden Kepuasan Nasabah .....	72
4.8	Presentase Total Skor Jawaban Instrumen Variabel Layanan <i>Mobile Banking</i> (X).....	73
4.9	Presentase Total Skor Jawaban Instrumen Variabel Kepuasan Nasabah .....	74
4.10	Model Summary Korelasi dan Regresi Sederhana.....	77
4.11	Peningkatan Secara Parsial Layanan <i>Mobile Banking</i> Terhadap Kepuasan Nasabah .....	79
4.12	Summary Output Coefficients .....	81

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Teks</b>	<b>Halaman</b>
2.1	Alur Pikir Konseptual.....	31
2.2	Paradigma Penelitian .....	32
4.1	Logo PT. Bank SulutGo .....	56
4.2	Struktur PT. Bank SulutGo.....	58
4.3	Total Skor Layanan <i>Mobile Banking</i> .....	73
4.4	Total Skor Kepuasan Nasabah .....	74
4.5	Grafik Korelasi dan Regresi Sederhana .....	76
4.6	Pengaruh Variabel Layanan <i>Mobile Banking</i> (X) Terhadap Peningkatan Variabel Kepuasan Nasabah (Y).....	80
4.7	Model Implementasi .....	94

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran</b>	<b>Teks</b>	<b>Halaman</b>
1.	Kuesioner Penelitian .....	108
2.	Skor Layanan <i>Mobile Banking</i> .....	114
3.	Skor Kepuasan Nasabah.....	115
4.	Total Skor Layanan <i>Mobile Banking</i> (X) Dan Kepuasan Nasabah (Y) PT. Bank SulutGo .....	115
5.	Tabel Nilai t .....	116

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Revolusi Industri 4.0 telah membawa perubahan besar dalam dunia kerja, dipicu oleh pertumbuhan teknologi digital yang sangat cepat. Era ini menandai digitalisasi besar-besaran yang memengaruhi cara kerja, komunikasi, dan interaksi manusia dengan teknologi. Revolusi ini mencakup transformasi sistem produksi dan ekonomi melalui teknologi seperti AI, IoT, big data, robotika, dan otomatisasi, yang memungkinkan integrasi antara dunia fisik dan digital untuk meningkatkan efisiensi dan pengambilan keputusan. Oleh karena itu, organisasi publik sebagai penyelenggara pemerintahan perlu memberi perhatian serius pada pengelolaan sumber daya manusianya, karena pegawai merupakan elemen kunci dalam mewujudkan tata kelola pemerintahan yang baik (*good governance*). Usaha tersebut dapat diciptakan dari peran sumber daya manusia (aparatur pemerintah) yang efektif, efisien, bersih dan profesional serta memiliki Kepuasan Nasabah tinggi, Juliani et al., (2018).

Faktanya, tidak semua layanan digital mampu memberikan efektivitas bagi nasabah. Layanan *Mobile Banking* kerap tidak stabil—ada kalanya berjalan optimal, namun bisa juga mengalami penurunan kinerja. Kondisi ini juga ditemukan pada PT BANK SULUTGO. Berdasarkan survei awal, layanan *Mobile Banking* di sana dinilai kurang efisien. Hal ini terlihat dari hasil layanan digital yang tidak menunjukkan peningkatan signifikan, serta penerapan strategi yang kurang tepat,

seperti memisahkan *Mobile Banking* menjadi dua aplikasi terpisah. Pemisahan ini justru menimbulkan ketidakefisiensian dan berdampak pada ketidaknyamanan pengguna. Beragam faktor memengaruhi rendahnya kualitas layanan *Mobile Banking*, salah satunya karena BANK SULUTGO menerapkan bentuk layanan digital yang berbeda, yaitu terbagi dua aplikasi. Padahal, di dunia perbankan, *Mobile Banking* seharusnya menjadi solusi untuk meningkatkan kenyamanan dan efisiensi. Namun, hal itu belum tercapai di PT BANK SULUTGO akibat sistem aplikasi *Mobile Banking* mereka yang masih terpisah. Di sisi lain, adopsi layanan digital ini menuntut bank untuk tidak hanya menyediakan layanan yang efisien tetapi juga membangun dan mempertahankan loyalitas nasabah melalui pendekatan yang terstruktur, salah satunya melalui penerapan Customer Relationship Management (CRM) (Chou & Huang, 2018). *Mobile Banking* merupakan hasil inovasi teknologi yang dikembangkan menjadi layanan digital untuk memudahkan berbagai jenis transaksi. Layanan ini hanya bisa diakses lewat perangkat seluler seperti smartphone atau tablet yang terhubung ke internet. Bagi pengguna ponsel, *Mobile Banking* menawarkan akses cepat dan praktis. Fasilitas ini memungkinkan nasabah melakukan transaksi kapan pun dan di mana pun, baik itu transaksi keuangan, non-keuangan, pengecekan saldo, transfer, hingga pembayaran tagihan langsung dari smartphone.

Kepuasan nasabah merupakan hasil positif yang dirasakan saat menggunakan aplikasi *Mobile Banking* yang berjalan dengan efisien. Karena kesuksesan sebuah perusahaan perbankan sangat tergantung pada tingkat kepuasan nasabah, maka perusahaan perlu terus berupaya meningkatkan layanan tersebut

melalui *Mobile Banking*. Secara umum, kepuasan nasabah muncul dari perbandingan antara harapan dan persepsi mereka terhadap kinerja aplikasi saat menerima feedback atau respon layanan. Oleh karena itu, perusahaan khususnya di sektor perbankan di Indonesia harus benar-benar fokus dalam mencapai tingkat kepuasan nasabah yang optimal. Dari analisis yang telah diteliti oleh Chou dan Huang (2018), CRM yang di implementasikan secara tepat dalam konteks digitalisasi *Mobile Banking*, secara positif akan menimbulkan peningkatan pada kepuasan nasabah. Nasabah yang puas dengan penggunaan *Mobile Banking* biasanya akan tetap loyal dan bahkan merekomendasikannya kepada orang lain. Dalam layanan perbankan digital, kepuasan menjadi semakin krusial karena tidak adanya interaksi langsung secara fisik. Oleh karena itu, penggabungan *Mobile Banking* dengan strategi CRM sangat penting untuk menciptakan pengalaman positif yang meningkatkan kepuasan nasabah. Dengan pengalaman yang menyenangkan saat menggunakan layanan ini, nasabah tetap bisa merasakan kedekatan secara personal meskipun semuanya dilakukan lewat aplikasi. Digital CRM memungkinkan bank memanfaatkan data dari setiap interaksi untuk memberikan pengalaman yang lebih sesuai dengan kebutuhan tiap nasabah.

Bank SulutGo, yang sebelumnya dikenal sebagai PT Bank Pembangunan Daerah Sulawesi Utara, berdiri pada 17 Maret 1961 dengan nama awal PT Bank Pembangunan Daerah Sulawesi Utara Tengah melalui akta yang dibuat oleh Raden Hadiwido. Pada awalnya, bank ini berfungsi sebagai biro pemerintah, lalu berkembang menjadi Bank Umum yang cukup dikenal di wilayah Sulawesi Utara dan Gorontalo. Seiring perkembangan dan perluasan operasi, namanya diubah

menjadi PT Bank Sulawesi Utara dan Gorontalo (disingkat Bank SulutGo atau BSG).

Layanan *Mobile Banking* menjadi salah satu aspek yang secara signifikan berpengaruh terhadap peningkatan kepuasan nasabah pada PT, Bank SulutGo. Oleh karena itu, layanan ini perlu disesuaikan dengan kebutuhan dan preferensi pengguna guna memberikan kenyamanan dan mendorong peningkatan kepuasan nasabah pada PT. Bank SulutGo secara keseluruhan. Dengan demikian PT BANK SULUTGO perlu adanya improvisasi pada aplikasi *Mobile Banking* agar layanan digitalnya akan lebih efisien, maka dengan sendirinya akan tercapai Kepuasan Nasabah pada PT. Bank SulutGo.

Berdasarkan pengamatan, PT. Bank SuluGo sangat dikenal atas inovasinya di dunia finansial selama ini. Namun berdasarkan observasi, Layanan *Mobile Banking* yang ada di PT. Bank SulutGo belum maksimal, hal ini dapat dilihat dari permasalahan yang ditemui dilapangan. Adapun masalah yang ditemui di PT. Bank SulutGo yaitu:

- 1). Nasabah sulit mengakses semua fitur, secara terintegrasi dan proses penyelesaian masalah jadi lebih lambat akibat sistem terpisah, 2). Efisiensi navigasi system, pengguna dua aplikasi membuat proses jadi lebih lama, tidak praktis, dan membingungkan pengguna, 3). Kemudahan login atau switching antar aplikasi, pengguna harus login secara terpisah bikin akses menjadi lambat dan tidak praktis, 4). Hambatan dalam mendapatkan notifikasi dan update penting bisa terpecah, 5). Pengguna meragukan kredibilitas bank karena layanan terpecah, seolah sistem tidak terintegrasi dengan baik, 6). Ketidak jelasan sistem proteksi ganda, tidak ada kepastian apakah kedua aplikasi punya perlindungan setara, sehingga nasabah

meragukan perlindungan menyeluruh, 7). Kurangnya pemahaman preferensi nasabah yang ingin serba praktis, terintegrasi, dan lebih modern menandakan minimnya empati terhadap kenyamanan nasabah, 8). Fasilitas layanan, membuat hasil mutase atau bukti transaksi tersebar di dua aplikasi, sehingga sulit dicek dan tidak praktis.

Akibat dari Layanan *Mobile Banking* perusahaan yang belum maksimal berdampak terhadap Kepuasan Nasabah yang ada di PT. Bank SulutGo. Kepuasan Nasabah yang kurang maksimal dapat dilihat dari: 1). Minat untuk terus menggunakan Kembali layanan, efisiensi rendah membuat kurangnya minat untuk bertahan atau menggunakan *Mobile Banking* tersebut, 2). Perasaan puas setelah menggunakan produk, nasabah kecewa karena pengalaman penggunaan layanan yang tidak sesuai harapan awal terhadap layanan digital modern, 3). Efisiensi rendah mengurangi kepercayaan sehingga nasabah kurang yakin untuk terus menggunakan atau mengulang transaksi, 4). Sistem yang tidak terintegrasi membuat pengguna merasa layanan belum siap direkomendasikan. 5). Ketidakpuasan nasabah pada harapan aplikasi yang praktis tidak terpenuhi, membuat pengalaman jadi mengecewakan.

Dari uraian diatas ternyata Layanan *Mobile Banking* mempunyai hubungan terhadap Kepuasan Nasabah yang ada di PT. Bank SulutGo. Untuk itu Layanan *Mobile Banking* di PT. Bank SulutGo. perlu diiperhatikan atau ditingkatkan agar Kepuasan Nasabah bisa meningkat.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul. **“Pengaruh Layanan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT BANK SULUTGO”**

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Sesuai dengan uraian yang dikemukakan dalam latar belakang dan pengamatan, identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Kurangnya efisiensi akibat pemisahan Layanan *Mobile Banking* PT Bank SulutGo menjadi dua aplikasi terpisah.
2. Kurangnya akses fitur yang terintegrasi sehingga mempersulit nasabah untuk mendapatkan layanan digital yang baik.
3. Kurangnya kemudahan proses login karena harus masuk dua kali di aplikasi berbeda.
4. Kurangnya kelancaran notifikasi dan update penting *Mobile Banking* PT.Bank SulutGo karena aplikasi terpecah menjadi dua.
5. Kurangnya kepercayaan nasabah terhadap kredibilitas dan keamanan karena aplikasi terpisah.
6. Kurangnya pemahaman bank terhadap kebutuhan nasabah yang ingin layanan praktis dan terintegrasi.
7. Kurangnya kepuasan nasabah yang berdampak pada rendahnya loyalitas terhadap Layanan *Mobile Banking* PT. Bank SulutGo.

## **1.3 Perumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah yang ada, maka penulis merumuskan masalahnya, sebagai berikut:

1. Apakah Layanan *Mobile Banking* berpengaruh pada PT. Bank SulutGo?
2. Apakah Kepuasan Nasabah berpengaruh berpengaruh pada PT. Bank SulutGo?
3. Apakah Layanan *Mobile Banking* berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank SulutGo?
4. Bagaimana cara mengimplementasikan Layanan *Mobile Banking* dan pengaruhnya terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank SulutGo?

#### **1.4 Pembatasan Masalah**

Berdasarkan masalah yang telah diidentifikasi serta dengan mempertimbangkan keterbatasan waktu dan pengetahuan penulis, maka ruang lingkup penelitian ini dibatasi pada permasalahan layanan *Mobile Banking* yang mempengaruhi Kepuasan Nasabah pada PT. Bank SulutGo.

#### **1.5 Tujuan Dan Manfaat**

##### **1.5.1 Tujuan**

Adapun tujuan dari penelitian peneliti adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui Layanan *Mobile Banking* pada PT. Bank SulutGo.
2. Untuk mengetahui Kepuasan Nasabah pada PT. Bank SulutGo.
3. Untuk mengetahui Pengaruh Layanan *Mobile Banking* terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank SulutGo.
4. Untuk mengimplementasikan Layanan *Mobile Banking* yang baik dalam meningkatkan Kepuasan Nasabah pada PT. Bank SulutGo.

##### **1.5.2 Manfaat**

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Penulis

Penelitian ini bermanfaat untuk menambah wawasan dan meningkatkan ilmu pengetahuan serta pengalaman bagi penulis dan mampu memecahkan masalah ilmiah serta menambah ilmu pengetahuan mengenai Layanan *Mobile Banking* terhadap Kepuasan Nasabah dalam suatu organisasi atau perusahaan yang terkait.

2. Bagi Pihak Akademik

Dapat menjadi bahan acuan pustaka serta referensi yang menjadi bahan perbandingan dalam melakukan penelitian-penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan Layanan *Mobile Banking* terhadap Kepuasan Nasabah.

3. Bagi Pihak Perusahaan

Dengan adanya penelitian ini dapat memberikan informasi dan kontribusi serta dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam mengatasi masalah yang terkait dengan Layanan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT BANK SULUTGO.

## **BAB II**

### **KERANGKA PEMIKIRAN TEORTIS**

#### **2.1. Uraian Teoritis**

##### **2.1.1 Konsep Manajemen Digital**

Manajemen digital, sebagai salah satu komponen kunci dari strategi bisnis, telah memainkan peran yang makin signifikan dalam mencapai tujuan organisasi, (Feblicia dan Cuandra 2022). Manajemen digital secara umum mencakup pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi untuk menyempurnakan proses bisnis, meningkatkan interaksi dengan pelanggan, serta mendorong efisiensi operasional. Dengan pendekatan ini, perusahaan dapat mengolah data secara maksimal, menyatukan sistem, dan merancang strategi yang inovatif. Dalam konteks tersebut, artikel ini bertujuan mengeksplorasi dan menganalisis peran manajemen digital yang efektif sebagai kunci utama dalam meningkatkan kepuasan nasabah.

Manajemen digital merupakan praktik dalam mengelola sumber daya dan aktivitas berbasis digital. Digitalisasi sendiri adalah proses yang memanfaatkan teknologi dan sistem data digital, termasuk otomatisasi dan manajemen sistem, untuk mengubah data analog menjadi format digital. Sesuai dengan sumber daya Gartner IT Glossary, digitalisasi berarti mengkonversi sesuatu dari bentuk analog ke bentuk digital. Pemasaran digital adalah istilah yang digunakan untuk menjelaskan penggunaan media digital atau internet untuk tujuan pemasaran. Ini melibatkan penggunaan platform online, media sosial, dan perangkat seluler untuk

mengiklankan produk dan layanan serta mencapai audiens yang lebih luas (Rusli dan Sri 2019).

Sedangkan menurut Dhillon & Kaur (2012), Bisnis digital adalah teknologi yang memfasilitasi pengembangan semua proses bisnis, baik internal (SDM, keuangan, administrasi) maupun eksternal (penjualan, pemasaran, layanan, interaksi pelanggan).

Dalam definisi yang sudah dikemukakan oleh beberapa ahli di atas maka dapat disintesis, manajemen digital adalah proses integrasi dan pemanfaatan teknologi digital untuk mengelola sumber daya, meningkatkan proses bisnis, serta memperkuat hubungan dan kepuasan pelanggan dalam organisasi.

### **2.1.2. Konsep Layanan *Mobile Banking***

*Mobile Banking* merupakan layanan yang diberikan oleh bank melalui aplikasi di smartphone atau tablet, yang memudahkan nasabah untuk melakukan berbagai transaksi finansial seperti transfer, pembayaran, dan pengecekan saldo secara langsung, kapan pun dan di mana pun, tanpa harus datang ke kantor atau ATM kecuali untuk kebutuhan tarik tunai. Maka jika dilihat secara luas arti dari layanan *Mobile Banking* merupakan wujud transformasi digital dalam dunia perbankan yang memungkinkan nasabah untuk mengakses berbagai layanan bank secara mandiri melalui perangkat seluler, guna meningkatkan kenyamanan, efisiensi, serta jangkauan layanan yang dapat digunakan kapan saja dan di mana saja dengan tingkat keamanan yang terjaga.

Pengertian diatas juga sejalan dengan Wibiadila (2016), Fasilitas pada *Mobile Banking* yakni transaksi keuangan, transaksi non keuangan, transfer, cek

saldo rekening dan pelunasan tagihan yang dilakukan lewat smartphone. Adapun Salah satu keunggulan m-banking adalah kemampuan bagi nasabah untuk melakukan transaksi kapan saja dan di mana saja, tanpa terikat pada waktu operasional bank (Sumarwan, 2015). Setiap bank menawarkan beragam jenis layanan, dan salah satu yang kini paling diminati serta sering digunakan oleh nasabah adalah layanan *Mobile Banking*. Layanan ini diatur dalam Peraturan Bank Indonesia No.9/15/PBI/2007 Tahun 2007 tentang Penerapan Manajemen Risiko dalam Penggunaan Teknologi Informasi oleh Bank Umum dan juga diatur dalam Undang Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (Resita & Baridwan, 2015).

Berdasarkan tiga pendapat diatas dapat disintesisakan bahwa Layanan *Mobile Banking* adalah bentuk inovasi digital di sektor perbankan yang memberi kemudahan bagi nasabah dalam menjalankan berbagai transaksi, baik keuangan maupun non-keuangan, melalui perangkat seluler kapan saja dan di mana saja. Layanan ini hadir untuk meningkatkan kemudahan, efektivitas, dan jangkauan transaksi tanpa terikat waktu layanan bank. Selain itu, *Mobile Banking* juga didukung oleh regulasi resmi dan kini menjadi salah satu fasilitas yang paling banyak digunakan nasabah.

### **2.1.3. Faktor – faktor yang Mempengaruhi Layanan *Mobile Banking***

Faktor-faktor yang mempengaruhi Layanan *Mobile Banking* sangat beragam, antara lain adalah kemudahan akses informasi. Seperti dinyatakan oleh temuan penelitian Poon (2017), mengkaji tentang mudahnya mengakses informasi turut berperan dalam mendorong munculnya jenis layanan *Mobile Banking* tertentu.

## 1. Kemudahan Akses Informasi

Kemudahan akses informasi menurut Ko et al., (2009); Laukkanen, (2016). menjadi salah satu aspek penting dalam dunia perbankan modern karena memungkinkan nasabah memperoleh berbagai informasi serta melakukan transaksi dengan mudah kapan saja dan dari mana saja. Melalui layanan *Mobile Banking*, nasabah dapat mengakses data rekening, informasi produk, hingga lokasi ATM tanpa harus datang langsung ke bank, sehingga memberikan tingkat kenyamanan, fleksibilitas, dan efisiensi yang lebih tinggi. Kemudahan ini juga memicu meningkatnya keterlibatan nasabah dalam penggunaan layanan digital perbankan dalam aktivitas keuangan sehari-hari, terlebih dengan tren penggunaan smartphone yang semakin meluas.

## 2. Keberagaman Layanan Transaksi

Selain Kemudahan Akses Informasi terdapat faktor lain yaitu Keberagaman Layanan Transaksi. Menurut Rema dan Setyohadi (2016), perkembangan teknologi informasi memberikan pengaruh besar terhadap layanan perbankan, terutama melalui *Mobile Banking* sebagai bagian dari e-commerce yang memungkinkan akses informasi secara fleksibel melalui perangkat seluler. Wibiadila (2016) menyatakan bahwa *Mobile Banking* dirancang agar pengguna dapat melakukan transaksi secara mudah dan aman tanpa perlu datang ke kantor bank. Sumarwan (2015) juga menyoroti bahwa kelebihan utama layanan ini adalah kemudahannya yang bisa diakses kapan dan di mana pun. Sementara itu, Resita dan Baridwan (2015) menyebut bahwa

kehadiran layanan ini turut diperkuat oleh regulasi resmi seperti PBI dan UU ITE, yang memperjelas legalitas dan keamanan penggunaan teknologi informasi dalam sektor perbankan.

### 3. Keberagaman Fitur

Adapun juga Keberagaman Fitur, Keberagaman fitur dalam layanan perbankan, khususnya *Mobile Banking*, berperan besar dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Penyediaan beragam fitur seperti transfer antarbank, cek saldo, pembayaran, pembukaan rekening, cardless, QRIS, hingga layanan gaya hidup menjadikan transaksi lebih mudah, fleksibel, dan efisien bagi nasabah. Semakin lengkap dan inovatif fitur yang ditawarkan, semakin besar pula nilai tambah yang dirasakan nasabah karena semua kebutuhannya bisa diakses dalam satu aplikasi (Rahmi et al., 2023; Wibiadila, 2016).

### 4. Inovasi Produk

Faktor yang terakhir adalah inovasi produk. Laukkanen (2016) mengungkapkan bahwa produk inovatif dalam layanan digital seperti *Mobile Banking* sangat mempengaruhi pilihan konsumen dalam menggunakan atau menolak layanan tersebut. Inovasi ini mencakup pengembangan fitur-fitur yang memberikan kemudahan, efisiensi waktu, dan kenyamanan dalam bertransaksi. Sementara menurut Barnes dan Corbitt (2003), potensi *Mobile Banking* sangat besar karena terus berkembang lewat berbagai produk digital inovatif yang mampu menjawab kebutuhan nasabah yang menginginkan layanan serba cepat dan praktis.

#### **2.1.4. Peran Penting Layanan *Mobile Banking***

Layanan *Mobile Banking* memiliki peranan penting dalam informasi. Menurut Hadi dan Novi (2015), *Mobile Banking* adalah salah satu layanan yang disediakan oleh perbankan yang mempraktikkan teknologi informasi. Layanan ini memberikan peluang bagi pihak bank untuk menghadirkan nilai tambah bagi nasabah. *Mobile Banking*, atau m-banking, merupakan fasilitas digital yang disediakan oleh bank guna mendukung kelancaran aktivitas perbankan serta meningkatkan efektivitas dan efisiensi nasabah dalam melakukan berbagai transaksi secara praktis, kapan pun dan di mana pun. Layanan *Mobile Banking* mencakup berbagai fungsi seperti transaksi keuangan dan non-keuangan, termasuk transfer dana, pembayaran tagihan, pengecekan saldo, hingga pembelian digital seperti isi ulang pulsa. Selain itu, banyak bank juga menyematkan fitur tambahan seperti QRIS, buka rekening, cardless, hingga fitur lifestyle yang mempermudah kebutuhan nasabah dalam satu aplikasi. Keberadaan layanan ini terbukti meningkatkan kepuasan nasabah karena mampu memberikan kepraktisan, kecepatan, dan fleksibilitas dalam bertransaksi kapan pun dan di mana pun. Layanan *Mobile Banking* juga merupakan bentuk pelayanan digital yang memudahkan nasabah menjalankan berbagai aktivitas perbankan dengan cepat, praktis, dan efisien kapan saja dan di mana saja lewat perangkat seluler, tanpa harus datang langsung ke kantor bank atau ATM.

Adapun yang dikemukakan oleh Audi et al. (2016), *Mobile Banking* didefinisikan sebagai media perbankan yang dimana nasabah atau pemegang rekening dapat menggunakan telepon genggamnya untuk melakukan transaksi

perbankan atau jasa keuangan lainnya yang terkait dengan bank. Sejalan dengan definisi tersebut menurut Sutarbi (2016), Saluran ini memungkinkan nasabah bertransaksi dengan bank secara langsung melalui telepon tanpa harus ke kantor.

Selain itu terdapat jenis Layanan *Mobile Banking* yakni layanan untuk melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet, sebagaimana dimaksud dalam ketentuan mengenai kegiatan usaha dan jaringan kantor berdasarkan modal inti (Otoritas Jasa Keuangan, 2016). Layanan ini dilakukan menggunakan komputer/PC yang terhubung dengan akses internet. Fitur yang disediakan antar lain informasi saldo rekening, pembayaran (listrik dan telpon), pembelian (tiket) dan transfer ke bank lain.

#### **2.1.5. Fungsi Layanan *Mobile Banking***

Chou & Huang (2018), mengemukakan fungsi dari Layanan *Mobile Banking* melalui penerapan Customer Relationship Management (CRM): CRM adalah strategi yang dirancang untuk menjalin hubungan jangka panjang dengan nasabah, dengan harapan dapat terus meningkatkan kepuasan mereka secara konsisten dari waktu ke waktu. CRM yang efektif memungkinkan bank untuk memahami kebutuhan dan preferensi nasabah, sehingga dapat memberikan layanan yang lebih sesuai (Nguyen & Mutum, 2020). Berdasarkan analisis yang telah diteliti oleh Chou dan Huang (2018), Penerapan CRM yang tepat dalam layanan digital *Mobile Banking* mampu meningkatkan kepuasan nasabah, yang secara positif dipengaruhi oleh tingkat loyalitas mereka terhadap bank.

Hal ini dapat memperkuat loyalitas dan kepuasan nasabah terhadap bank, menjaga retensi agar nasabah tetap setia, serta memperpanjang nilai hubungan

jangka panjang. Selain itu, hubungan yang terjaga dengan baik melalui CRM juga mendorong nasabah untuk merekomendasikan layanan bank kepada orang lain dan memungkinkan bank memberikan layanan yang lebih efisien karena telah memahami kebutuhan nasabah secara mendalam. Secara keseluruhan, fungsi CRM dalam layanan digital *Mobile Banking* untuk membangun hubungan jangka panjang, meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah, serta memberikan layanan yang lebih tepat dan efisien.

Dengan demikian Layanan *Mobile Banking* menjadi suatu hal yang harus diperhatikan dan sangat penting, layanan digital *Mobile Banking* yang efisien harus harus di dimiliki oleh setiap bank agar operasional lebih efisien dan bank dapat tetap kompetitif di dunia perbankan global.

#### **2.1.6. Indikator Layanan *Mobile Banking***

Adapun indikator-indikator Kualitas Pelayanan suatu jasa menurut Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985), maka dapat dilihat dari dimensi kualitas jasa berikut ini :

5. Reliabilitas (Reliability): Kemampuan memberikan jasa yang dijanjikan secara akurat dan andal.
6. Daya Tanggap (Responsiveness): Kesiediaan untuk membantu para konsumen dan menyampaikan jasa secara tepat.
7. Kompetensi (Competency): Penguasaan keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan agar dapat memberikan jasa yang dibutuhkan konsumen.
8. Akses (Access): Kemudahan untuk dihubungi dan ditemui.

9. Kesopanan (Coutesy): Sikap santun, respek, perhatian dan keramahan para staf lini depan.
10. Komunikasi (Communication): Memberikan informasi kepada para konsumen dengan bahasa yang mudah dipahami serta selalu mendengarkan saran dan keluhan mereka.
11. Kredibilitas (Credibility): Sifat jujur dan dapat dipercaya.
12. Keamanan (Security): Bebas dari bahaya, risiko, atau keragu-raguan.
13. Memahami Pelanggan (Customer Understanding): Kemampuan memahami yang dibutuhkan konsumen, memberi perhatian secara individual, dan kepekaan dalam menerima keluhan/masalah terhadap kebutuhan informasi pelang.
14. Bukti Fisik (Tangible): Penampilan fasilitas fisik, peralatan, personil, dan bahan- bahan komunikasi.

### **2.2.1 Konsep Kepuasan Nasabah**

#### **2.2.2. Pengertian Kepuasan Nasabah.**

Di perbankan digital, kepuasan menunjukkan keberhasilan bank dalam memenuhi ekspektasi nasabah dan memediasi hubungan antara kualitas layanan digital dan loyalitas nasabah (Alkire et al., 2021). Kepuasan nasabah mengukur sejauh mana harapan terhadap layanan/produk terpenuhi (Zeithaml et al., 2024). Kepuasan yang tinggi mendorong nasabah untuk terus menggunakan layanan dalam jangka panjang, sehingga memberikan layanan berkualitas merupakan kunci dalam membangun loyalitas mereka.

Sedangkan menurut P. Kotler, (2009) kepuasan konsumen maupun nasabah akan tercapai jika persepsi fundamental konsumen atau nasabah terhadap kinerja produk maupun jasa sama dengan kinerja produk yang diharapkan. Jika kinerja produk atau layanan memenuhi atau melebihi harapan tersebut, maka akan menimbulkan tingkatan kepuasan dari pelanggan.

Dari definisi para ahli di atas dapat disintesis Kepuasan Nasabah tercipta saat layanan yang diterima sesuai atau melebihi harapan. Dalam perbankan digital, kepuasan ini jadi penghubung penting antara kualitas layanan dan Kepuasan Nasabah.

### **2.2.3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah**

Menurut W.Pinonotoan, (2013), faktor – faktor yang mempengaruhi Kepuasan Nasabah baik hasil tingkat kepuasan nasabah dengan perilaku nasabah, dimana akan terdapat beberapa tipe dari nasabah sebagai berikut:

1. Nasabah yang puas atau apa yang didapatkan oleh nasabah tersebut melebihi apa yang diharapkannya, sehingga ia akan loyal terhadap produk tersebut dan akan terus melakukan pembelian kembali (repeated order).
2. Tipe nasabah defectors, yaitu nasabah yang merasa pelayanan yang diberikan oleh perusahaan tidak ada sesuatu yang lebih atau bersifat standar atau biasa saja, dan biasanya nasabah akan berhenti melakukan pembelian atas produk tersebut.
3. Tipe nasabah terrorist, yaitu nasabah yang mempunyai pengalaman buruk atau negative atas perusahaan, sehingga akan menyebarkan efek berantai yang negative kepada orang lain.

4. Tipe nasabah hostages, yaitu nasabah yang tidak puas akan suatu produk namun tidak dapat melakukan pembelian kepada barang lain, karena struktur pasar yang monopolistic atau harga yang murah. Meskipun nasabah tidak puas dengan pelayanan yang diberikan, namun karena tidak ada perusahaan lain senang atau tidak senang maka ia harus tetap menggunakannya.
5. Tipe nasabah mercenaries, yaitu nasabah yang sangat puas, namun tidak mempunyai kesetiaan terhadap produk tersebut.

#### **2.2.4. Indikator - Indikator Kepuasan Nasabah**

Diva dalam suryani, (2022) terdapat beberapa indikator kepuasan nasabah. Adapun indikator kepuasan nasabah tersebut yaitu:

6. Kepuasan pelanggan keseluruhan (overall customer satisfaction) Cara yang paling sederhana untuk mengukur kepuasan nasabah adalah langsung menanyakan kepada nasabah seberapa puas mereka dengan produk atau jasa spesifik tertentu. Biasanya, ada dua bagian dalam proses pengukurannya. Pertama, mengukur tingkat kepuasan nasabah terhadap produk atau jasa perusahaan bersangkutan. Kedua, menilai dan membandingkannya dengan tingkat kepuasan nasabah keseluruhan terhadap produk atau jasa para pesaing.
7. Konfirmasi harapan (confirmation of exspectations) Dalam konsep ini, kepuasan tidak diukur langsung, namun disimpulkan berdasarkan kesesuaian/ ketidaksesuaian antara harapan nasabah dengan kinerja aktual produk perusahaan.

8. Minat pembelian ulang (repurchase intent) Kepuasan nasabah diukur secara behavioral dengan jalan menanyakan apakah nasabah akan berbelanja atau menggunakan jasa perusahaan lagi 4) Kesiediaan merekomendasikan (willingnes to recommend) Kesiediaan nasabah untuk merekomendasikan produk kepada teman atau keluarganya menjadi ukuran yang penting untuk dianalisis dan ditindaklanjuti.
9. Kesiediaan merekomendasikan (willingnes to recommend) Kesiediaan nasabah untuk merekomendasikan produk kepada teman atau keluarganya menjadi ukuran yang penting untuk dianalisis dan ditindaklanjuti.
10. Ketidakpuasan nasabah (customer dissatisfaction) Beberapa macam aspek yang sering ditelaah guna mengetahui ketidakpuasan nasabah, meliputi: komplain, retur atau pengembalian produk, biaya garansi, recall, word of mouth negatif, dan defections. Pengertian Layanan Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) dijelaskan bahwa melayani adalah membantu menyiapkan atau mengurus apa yang diperlukan seseorang, sedangkan pelayanan merupakan perihal usaha melayani kebutuhan orang lain. Menurut Dwi Suhartanto dalam Adela (2020), layanan adalah kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau perorangan kepada konsumen yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lainnya atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan pelanggan.

### **2.2.5. Hubungan Antara Variabel Layanan *Mobile Banking* Dengan Kepuasan Nasabah**

Layanan *Mobile Banking* adalah saluran pengiriman layanan yang menjanjikan dan berkembang pesat saat ini dengan tingkat ubiquity dan lokalisasi yang tinggi (Koenig-Lewis et al., 2010). Sedangkan Layanan *Mobile Banking* adalah saluran pengiriman layanan di mana pelanggan memanfaatkan semua layanan perbankan melalui perangkat seluler (ponsel, smartphone, dan tablet) (Barnes & Corbitt, 2003; Shaikh & Karjaluoto, 2015).

Pejelasan diatas sesuai dengan penelitian yang dilakukan A. Wardana, 2015; R.W. Wardana & Sriwidodo, 2015), dalam penelitian berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan *Mobile Banking* terhadap Kepuasan Nasabah di Indonesia” dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Layanan *Mobile Banking* berpengaruh secara positif terhadap Kepuasan Nasabah. Penelitian lain yang dilakukan Hernandez, A., & David, F. (2022), Pengaruh Layanan *Mobile Banking* terhadap Kepuasan Nasabah telah diselidiki dan ditemukan adanya korelasi positif yang signifikan. Hasil analisis menunjukkan bahwa dengan kualitas informasi yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Kualitas sistem juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dan yang terakhir kualitas layanan, informasi dan sistem secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Temuan ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang menegaskan pengaruh signifikan Layanan *Mobile Banking* terhadap Kepuasan Nasabah. Penelitian lain yang dilakukan di *Faculty of Economic and Business* Sam Ratulangi University, yang diteliti oleh Maya, victor (2015),

mengatakan bahwa bahwa Hasil Uji Statistik yaitu uji t dapat dijelaskan bahwa Layanan *Mobile Banking* berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah dengan nilai koefisien yang positif dan signifikan.

## 2.2. Tinjauan Pustaka

Penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan penulis dalam melakukan penelitian, sehingga penulis dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Dari penelitian terdahulu ini, beberapa penelitian dijadikan sebagai referensi dalam memperkaya bahan kajian pada penelitian penulis. Berikut merupakan penelitian terdahulu berupa, beberapa jurnal terkait dengan penelitian yang dilakukan penulis seperti pada tabel 2.1 berikut ini:

**Tabel 2.1**  
**Hasil Penelitian Yang Relevan**

NO	JUDUL PENELITIAN	PERSAMAAN	PERBEDAAN	JUDUL PENELITIAN
1	“Pengaruh Pelayanan <i>Mobile Banking</i> Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan di Yogyakarta”. Maria Kumalasanti, Eni Dwi Susliyanti (2022)	Variabel independen: Layanan Mobile Banking (X) Variabel Dependen: Kepuasan Nasabah (Y)	Bertempat di Yogyakarta.	Hasil penelitian tersebut memang berpengaruh. Bukti dari uji F dan uji T menunjukkan bahwa kecepatan, keamanan, akurasi, dan kepercayaan secara simultan maupun parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah mobile banking di Yogyakarta.
	“Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan nasabh	Variabel independen : Layanan Mobile	Bertempat di Bank BCA	Hasil penelitian terbukti berpengaruh. Uji statistik menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara

NO	JUDUL PENELITIAN	PERSAMAAN	PERBEDAAN	JUDUL PENELITIAN
2	Bank BCA” Palupi Permata Rahmi, Arti Nur Aryanti, Dadan Abdul Azis (2023) “Pengaruh Layanan <i>Mobile Banking</i> Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Tbk. Kantor Cabang Sambas” Mutia Listy, Muslimin (2025) "Pengaruh Layanan Digital Dan Customer Relationship Management (CRM) Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening Pada Digital Banking” Prasodjo Agung, Teddy Oswari. (2025) “Analisis Kepuasan Nasabah Terhadap Layanan Mobile	Banking (X) Variabel Dependen : Kepuasan Nasabah. (Y) Variabel independen : Layanan <i>Mobile Banking</i> (X) Variabel Dependen : Kepuasan Nasabah.(Y) Variabel Dependen : Kepuasan Nasabah (Y2) Menggunakan konsep yang sama	Bertempat di Bank Syariah Indonesia Tbk. Kantor Cabang Sambas. Variabel Independen : Pengaruh Layanan Digital(X1) Dan Customer Relationship Management (CRM) (X2) Variabel Dependen : Loyalitas Nasabah (Y1) Variabel Independen : Analisis	simultan (keseluruhan) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank BCA Kota Bandung, dengan kontribusi sebesar 67,80%. Hasil penelitian menunjukkan bahwa layanan <i>Mobile Banking</i> BSI berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, dengan koefisien determinasi (R <sup>2</sup> ) sebesar 0,613, yang berarti 61,3% variasi kepuasan nasabah dijelaskan oleh kualitas layanan mobile banking. Hasil penelitian menunjukkan bahwa layanan digital dan CRM meningkatkan kepuasan, lalu kepuasan itu juga mendorong loyalitas nasabah perbankan digital. Penelitian membuktikan layanan <i>Mobile Banking</i> berpengaruh signifikan
3	Indonesia Tbk. Kantor Cabang Sambas” Mutia Listy, Muslimin (2025)	Variabel Dependen : Kepuasan Nasabah.(Y)	Sambas.	kepuasan nasabah, dengan koefisien determinasi (R <sup>2</sup> ) sebesar 0,613, yang berarti 61,3% variasi kepuasan nasabah dijelaskan oleh kualitas layanan mobile banking.
4	Management (CRM) Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening Pada Digital Banking” Prasodjo Agung, Teddy Oswari. (2025)	Variabel Dependen : Kepuasan Nasabah (Y2)	Variabel Independen : Pengaruh Layanan Digital(X1) Dan Customer Relationship Management (CRM) (X2) Variabel Dependen : Loyalitas Nasabah (Y1) Variabel Independen : Analisis	Hasil penelitian menunjukkan bahwa layanan digital dan CRM meningkatkan kepuasan, lalu kepuasan itu juga mendorong loyalitas nasabah perbankan digital.
5	Nasabah Terhadap Layanan Mobile	Menggunakan konsep yang sama	Independen : Analisis	Penelitian membuktikan layanan <i>Mobile Banking</i> berpengaruh signifikan

NO	JUDUL PENELITIAN	PERSAMAAN	PERBEDAAN	JUDUL PENELITIAN
	Banking: Studi Kasus BSI Kota Bandar Lampung” Ulfa Lutfiani, Nina Ramadhani W, Ruslaini, Ulil Albab (2025)		Kepuasan Nasabah(X) Variabel Dependen : Layanan <i>Mobile Banking</i> (Y)	terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia, berdasarkan hasil uji t dan regresi dengan korelasi kuat ( $r = 0,853$ ) dan signifikansi $0,000 < 0,10$ . Ini berarti, semakin baik layanan <i>Mobile Banking</i> , semakin tinggi pula kepuasan nasabah. Hasil penelitian menemukan penjelasan bahwa kualitas pelayanan (Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy) terbukti secara signifikan memengaruhi kepuasan dan loyalitas nasabah DPK BNI, baik langsung maupun tidak langsung.
6	“Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Dampaknya Pada Loyalitas (Suatu Survey Pada Nasabah Dana Pihak Ketiga Pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk).” Rindu Purnama Sandi, Dr. Hj. Nunung Ayu Sofiati (Efi), S.Pd., M.M, Dr. Yoyo Sudaryo, SE., MM., Ak., CA (2021) " Pengaruh Layanan <i>Mobile Banking</i>	Variabel Dependen : Kepuasan Nasabah(Y1)	Variabel Independen : Analisis Pelayanan(X) Variabel Dependen : Dampaknya Pada Loyalitas(Y2)	Penelitian ini menunjukkan <i>Mobile Banking</i> berpengaruh signifikan terhadap minat beli masyarakat di Kecamatan Awangpone. Nilai thitung $8,675 > t_{tabel} 1,660$ dan
7	Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Rakyat Indonesia Kecamatan Tapung Hilir Kabupaten	Variabel Independen: Pengaruh Layanan <i>Mobile Banking</i> Variabel	Bertempat di Pada Bank Rakyat Indonesia Kecamatan Tapung Hilir	

NO	JUDUL PENELITIAN	PERSAMAAN	PERBEDAAN	JUDUL PENELITIAN
8	Kampar”. Marabona Munthe Universitas Muhammadiyah Riau, Feby Febri Yanti Institut EHMRI (2025) “Pengaruh Peunggunaan Ineternet Banking. <i>Mobile Banking</i> dan SMS Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BNI” Annisa Fitria, Aang Munawar, dan Pebi Paisal Pratama (2021)	Dependen : Kepuasan Nasabah  Variabel Dependen : Kepuasan Nasabah(Y)	Kabupaten Kampar.  Variabel independen : Pengaruh Peunggunaan Ineternet Banking. <i>Mobile Banking</i> dan(X1) SMS Banking(X2)	signifikansi $0,00 < 0,05$ memperkuat hasil tersebut. Jadi, penggunaan <i>Mobile Banking</i> terbukti mampu meningkatkan minat beli masyarakat.  Penelitian ini membuktikan bahwa Ineternet Banking, <i>Mobile Banking</i> , dan SMS Banking bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Namun, Ineternet Banking secara sendiri tidak berpengaruh positif dan signifikan, sementara <i>Mobile Banking</i> dan SMS Banking terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan, informasi, dan sistem <i>Mobile Banking</i> masing- masing memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Selain itu, ketiga aspek tersebut secara bersamaan juga terbukti meningkatkan kepuasan nasabah.
9	Pengaruh <i>Mobile Banking</i> Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Dalam Transaksi Sehari- hari.” Axel Hernandez, Felix David (2022)	Variabel Dependen : Gaya Kepuasan Nasabah (Y)	Variabel independen : Pengaruh <i>Mobile Banking</i>	

NO	JUDUL PENELITIAN	PERSAMAAN	PERBEDAAN	JUDUL PENELITIAN
10	“Pengaruh Kualitas Layanan <i>Mobile Banking</i> Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BUMN di Makassar” Rezki Arianty Akob, Zulfikry Sukarno (2022)	Variabel Independen : Kualitas Layanan <i>Mobile Banking</i> (X) Variabel Dependen : Kepuasan Nasabah(Y)	Bertempat di Bank BUMN Makassar.	Kualitas layanan <i>Mobile Banking</i> secara signifikan meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah. Kepuasan nasabah juga berperan penting dalam meningkatkan loyalitas, dan terbukti menjadi variabel yang memediasi pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah.

Sumber : Pengolahan Data 2025

### 2.3. Perbedaan Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan penelitian yang sudah ada sebelumnya dan memiliki objek atau topik yang sama atau relevan dengan yang diteliti oleh penulis saat ini. Penelitian terdahulu memungkinkan penulis untuk membandingkan atau melihat sudut pandang yang akan diteliti. Dalam penelitian ini, penulis memaparkan sepuluh penelitian terdahulu yang relevan dengan permasalahan yang akan diteliti yaitu kaitannya dengan topik Layanan *Mobile Banking* sebagai Variabel Independen dan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Dependen.

Adapun perbedaan utama yang dimiliki oleh masing – masing penelitian di atas yaitu :

1. Objek Penelitian : Setiap penelitian memiliki objek yang berbeda – beda, perusahaan yang bergerak pada bidang pemasaran bahan pangan,

manufaktur dan produksi, adapun objek penelitian kinerja guru, dan pelayanan jasa.

2. Variabel yang diangkat sebagai permasalahan dalam penelitian bervariasi seperti menggunakan variabel intervening.
3. Dalam beberapa penelitian terdahulu memiliki fokus geografi yang spesifik ada juga yang tidak menyebutkan fokus geografinya secara spesifik.
4. Beberapa penelitian terdahulu menggunakan metode yang berbeda seperti metode analisis inferensial, *explanatory research*
5. Alat analisis penelitian terdahulu juga berbeda – beda, ada beberapa menggunakan *software* SmartPLS dengan versi yang berbeda juga, dan *software* SPSS Versi 26.

Adapun perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian penulis, yaitu:

1. Objek Penelitian : penelitian terdahulu memiliki objek penelitian dibidang produksi.  
 Penelitian penulis, Memiliki objek penelitian kualitas Kepuasan Nasabah pada pelayanan kontrak kerjasama vendor produksi.
2. Konteks Layanan : penelitian terdahulu membahas tentang layanan dalam produk digital yaitu *Mobile Banking*.  
 Penelitian penulis, spesifikasi tentang hasil Kepuasan Nasabah pada pelayanan kontrak kerjasama vendor produksi.

3. Tujuan dan signifikansinya : penelitian terdahulu berfokus pada meningkatkan Kepuasan Nasabah dalam produksi

Penelitian penulis, meningkatkan Kepuasan Nasabah pelayanan kontrak kerjasama vendor.

Keunikan dalam penelitian penulis : Secara umum judul yang penulis angkat sudah tidak memiliki keunikan karena ada beberapa peneliti yang mengangkat judul dengan variabel yang sama, dalam penentuan judul penulis hanya membutuhkan waktu singkat karena sebelumnya sudah menerima mata kuliah bisnis statistika yang mempermudah penulis dalam identifikasi permasalahan sehingga dapat mengangkat judul yang sesuai dengan fakta lapangan, selanjutnya dalam penelitian ini penulis memiliki pembeda dengan penelitian lainnya, dimana penulis dalam mengelola data menggunakan analisis *software* terbaru yaitu SPSS versi 26.

#### **2.4. Kerangka Teoritik**

Setiap organisasi atau instansi dalam melaksanakan program yang diarahkan selalu berdaya guna untuk mencapai tujuan instansi. Salah satu caranya adalah meningkatkan Kepuasan Nasabah. Layanan *Mobile Banking* penting sekali dalam mengarahkan layanannya dalam meningkatkan Kepuasan Nasabah.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985), menyatakan “Kelompok fokus mengungkapkan bahwa, terlepas dari jenis layanan, konsumen pada dasarnya menggunakan kriteria yang serupa dalam menilai kualitas layanan. Kriteria-kriteria ini tampaknya terbagi dalam 10 kategori utama yang diberi label determinan kualitas layanan dan dijelaskan dalam Tabel 1. Untuk setiap

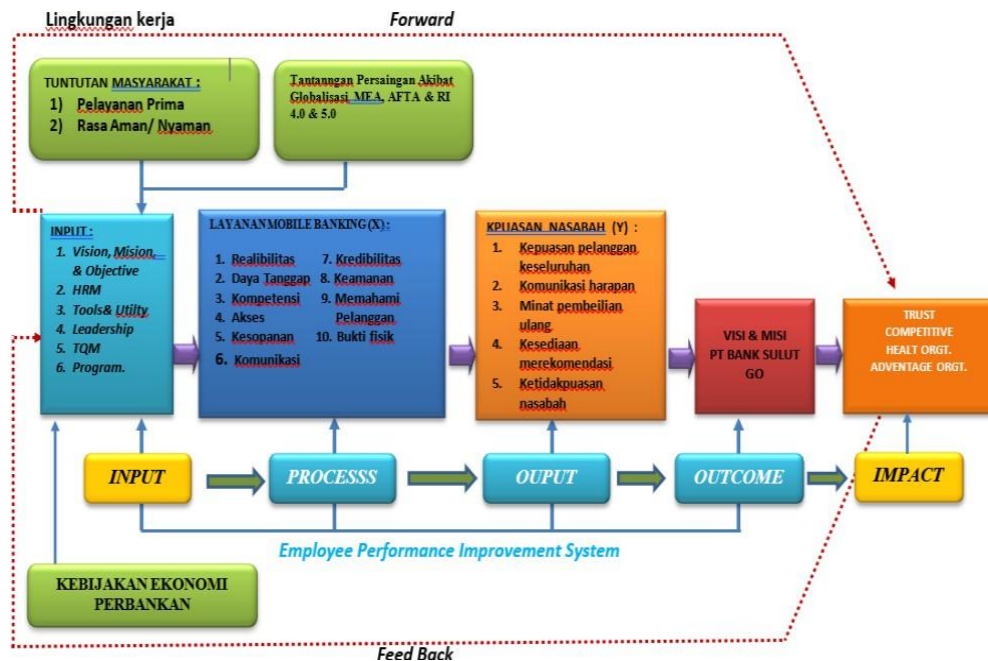
determinan, Tabel I memberikan contoh kriteria spesifik layanan yang muncul dalam kelompok fokus. Tabel 1 tidak dimaksudkan untuk menunjukkan bahwa ke-10 determinan tersebut saling tumpang tindih. Karena penelitian ini bersifat eksploratif, pengukuran kemungkinan tumpang tindih di antara ke-10 kriteria (serta penentuan apakah layanan dapat digabungkan) harus menunggu investigasi empiris di masa mendatang.” Indikator Reabilitas, Daya Tanggap, Kompetensi, Akses, Kesopanan, Komunikasi, Kredibilitas, Keamanan, Memahami Pelanggan, Bukti Fisik.

Dalam mencapai keberhasilan, bank dituntut untuk meningkatkan Kepuasan Nasabah. Jika Kepuasan Nasabah ditumbuhkan dari layanan yang diharapkan, maka Kepuasan Nasabah secara positif akan meningkat. Sejalan dengan (Khumaini et al., 2022) berdasarkan pengertian dari Kotler dan Keller, 2017) Kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kecewa seseorang setelah membandingkan antara kinerja (hasil) sesuai dengan yang diharapkan atau bahkan melebihi harapan nasabah. Pada dasarnya munculnya kepuasan nasabah ketika nasabah merasa harapannya telah terpenuhi bahkan melebihi ya diharapkan. Perasaan puas nasabah berbeda-beda seperti merasa senang, lega, gembira, kenyang, dan sebagainya karena sudah terpenuhi hasrat hatinya. Layanan *Mobile Banking* yang memuaskan dapat meningkatkan Kepuasan Nasabah. Sebaliknya, nasabah yang menerima layanan mengecewakan akhirnya berpengaruh pada nasabah tidak merasa puas. Maka kepuasan perihal yang bersifat puas, kesenangan, kelegaan, dan sebagainya. Indikator Kepuasan Nasabah Menurut Diva (dalam suryani, 2017) : kepuasan pelanggan keseluruhan,

konfirmasi harapan, minat pembelian ulang, kesediaan merekomendasikan, ketidakpuasan nasabah.

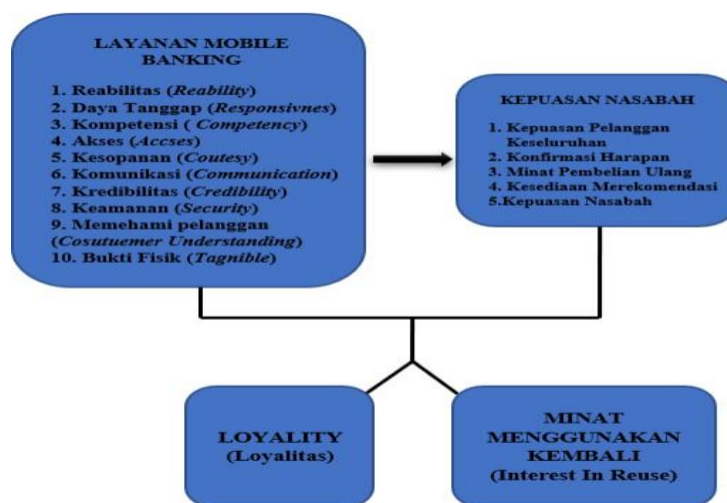
Memperhatikan beberapa pendapat tersebut menunjukkan adanya tantangan persaingan akibat globalisasi, dimana masyarakat menuntut perusahaan untuk adanya pelayanan prima, rasa aman dan nyaman. Untuk itu input dari suatu perusahaan harus diperbaiki, antara lain visi, misi dan objective, TQM, dan program melalui transformasi kebijakan ekonomi Perbankan. Apabila kualitas input baik, maka akan berdampak pada process Layanan *Mobile Banking*, perusahaan yang melakukan process dengan baik tentunya akan berdampak terhadap Kepuasan Nasabah, dan Kepuasan Nasabah yang meningkat akan dapat mencapai outcome berupa visi dan misi perusahaan, apa bila adanya outcome yang baik maka akan terjadi impact berupa perusahaan dapat berkompetitiv, kepercayaan masyarakat pada perusahaan, organisasi perusahaan menjadi sehat, dan mendapatkan keunggulan bagi organisasi perusahaan. Jika impact tidak didapatkan, akan terjadinya, feedback yang akan membuat kita melihat kembali hal apa yang bermasalah dalam system kerangka berpikir

Berdasarkan teori yang ada dalam penelitian ini, maka dapat disusun suatu kerangka berpikir sebagai berikut:



**Gambar 2.1**  
**Alur Pikir Konseptual**  
 Sumber : Pengelolaan Data 2025

Berdasarkan beberapa pendapat tersebut, diketahui bahwa Kepuasan Nasabah merupakan variabel yang dipengaruhi oleh Layanan *Mobile Banking*, yang juga tentunya secara tidak langsung berdampak langsung pada loyalitas (*Loyalty*) dan minat menggunakan Kembali (*Interest in Reuse*). Lebih jelasnya apabila diilustrasikan pengaruh tersebut dapat dirumuskan dalam paradigma penelitian berikut :



**Gambar 2.2**  
**Paradigma Penelitian**

*Sumber : Pengelolaan Data 2025*

## 2.5. Hipotesis

Menurut Ade Heryana (2020), Dugaan-dugaan yang muncul ini disebut dengan hipotesis, yang berasal dari kata ‘*hypo*’ artinya lemah, dan ‘*thesis*’ yang artinya teori/pendapat. Jadi hipotesis merupakan pendapat/dugaan yang masih lemah dan harus diputuskan menerima atau menolak hipotesa tersebut dengan uji hipotesis. Hipotesis berguna dalam menuntun atau mengarahkan penelitian selanjutnya. Oleh karena itu, hipotesis masih merupakan pernyataan yang masih lemah maka penulis merumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

Diduga Layanan *Mobile Banking* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT BANK SULUTGO.

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan pada PT BANK SULUTGO yang terletak di Jl.Pierre Tendean No. 100, Manado, Sulawesi Utara. Waktu penelitian dirancang selama 4 (Empat) bulan mulai dari bulan Maret tahun 2025 sampai bulan Juni 2025. Tahapan kegiatan yang dilalui dimulai dari *pra-survey*, pengumpulan data yang bersamaan dengan penelitian sampai dengan penyusunan proposal dan Skripsi.

#### **3.2 Jenis Penelitian dan Metode Penelitian**

##### **3.2.1 Jenis Penelitian**

Adapun jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian ini memiliki dua variabel yaitu, variabel yang mempengaruhi (*Variable independent*) dan variabel yang dipengaruhi (*Variable dependent*). Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh Layanan *Mobile Banking* sebagai variabel bebas (*independent*) terhadap Kepuasan Nasabah sebagai variabel terikat (*dependent*)

##### **3.2.2 Metode Penelitian**

Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

#### **1. Metode deskriptif (*Descriptive Metode*)**

Metode ini dimana peneliti menggambarkan fenomena atau gejala sosial yang sedang terjadi pada suatu objek penelitian. Dalam hal ini dengan mengamati dan mendeskripsikan serta melakukan analisis pengukuran

terhadap dua variabel utama yaitu, Pengaruh Layanan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah.

## **2. Metode Penelitian Lapangan (*Field Research*)**

Metode ini mengadakan penelitian langsung ke perusahaan untuk memperoleh data dan informasi yang dibutuhkan mengenai Pengaruh Layanan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah.

## **3. Metode Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)**

Penelitian yang dilakukan dengan cara mengumpulkan bahan – bahan dari berbagai literatur yang berkaitan dengan Pengaruh Layanan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah, baik dari perusahaan maupun dari luar perusahaan.

### **3.3 Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data**

#### **3.3.1 Jenis Data**

Menurut Kusriani dalam Tri Amri Wijaya *et al*, (2021) Data merupakan fakta mengenai objek, orang dan lainnya yang dinyatakan dengan nilai angka, karakter maupun symbol.

Skala pengukuran variabel penelitian untuk memperoleh data yang lengkap dalam penelitian ini, maka penulis menggunakan dua jenis data yaitu :

1. Menurut Fikriyah *et al* (2022), bahwa data primer adalah data yang dikumpulkan langsung dari individu-individu yang diselidiki atau data tangan pertama, data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan. Dalam penelitian ini data diperoleh langsung dari nasabah pada

PT. Bank SulutGo Dalam hal ini yaitu data hasil kuesioner terhadap Nasabah yang diolah langsung oleh penulis dan menggunakan Google Form lewat *online*.

2. Data sekunder menurut Muhhamad (2012), yang dimaksud data sekunder merupakan data yang diperoleh tidak langsung, yaitu data tersebut diperoleh penulis dari dokumen-dokumen perusahaan dan buku-buku literatur yang memberikan informasi tentang Layanan *Mobile Banking* dan Kepuasan Nasabah.

### **3.3.2 Metode pengumpulan data**

Teknik pengumpulan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan empat teknik pengumpulan data yaitu:

1. Observasi

Observasi merupakan salah satu metode asesmen psikologi yang utama, selain daripada wawancara. Sebagian sebuah metode assesmen, observasi menjadi sebuah kegiatan yang bertujuan, terancang dan terlaksana dengan sistematis, sekaligus harus terukur, Ni'matuzahroh *et al.*, (2018). Dalam hal ini Layanan *Mobile Banking*, dan pengaruhnya terhadap Kepuasan Nasabah pada PT BANK SULUTGO.

2. Kuesioner atau Angket

Kuesioner atau Angket, yaitu kumpulan pertanyaan yang diajukan secara tertulis kepada seseorang dalam hal ini disebut responden, dan cara jawab juga dilakukan dengan tertulis. Responden dalam penelitian ini yaitu nasabah PT. Bank SulutGo yang termasuk dalam sampel penelitian.

### 3. Studi Pustaka

Teknik kepastakaan yaitu penulis mencari referensi-referensi yang terkait dengan Layanan *Mobile Banking* dan Kepuasan Nasabah. Dari sumber-sumber seperti buku-buku literatur melalui studi pustaka dan situs internet yang berkaitan dan mendukung penelitian ini.

## 3.4 Populasi dan Sampel

### 3.4.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya, sedangkan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, Sugiyono (2016:119).

Dalam penelitian ini, populasi penelitian diambil pada PT. Bank SulutGo, dan sampel yang diambil adalah sampel jenuh, dimana seluruh populasi dijadikan sampel dengan menggunakan metode Non-Probability Sampling. Peneliti menggunakan pertimbangan subjektif untuk memilih elemen sampel, untuk itu peneliti menggunakan pengambilan sampel jenis Sampel incidental (Accidental Sampling) dimana sampel dipilih berdasarkan elemen yang tersedia pada saat penelitian dilakukan, dalam hal ini berjumlah 31 nasabah pada PT. Bank SulutGo.

### 3.4.2 Sampel

Sampel adalah Sebagian kecil dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki suatu populasi. Apabila suatu populasi besar dan tidak memungkinkan bagi seorang peneliti untuk mempelajari semuanya, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga

atau waktu, maka peneliti akan mengambil sampel dari populasi tersebut, Onsardi *et al.*, (2020 : 8).

Dalam penentuan sampel pada penelitian ini di ambil keseluruhan populasi yang ada yaitu 31 nasabah dikarenakan penelitian ini memiliki batasan penelitian, dalam permasalahan layanan *Mobile Banking* yang mempengaruhi Kepuasan Nasabah.

### **3.5 Definisi Operasional Variabel**

#### **3.5.1 Definisi Operasional Layanan *Mobile Banking* (X)**

Layanan *Mobile Banking* adalah bentuk inovasi digital di sektor perbankan yang memberi kemudahan bagi nasabah dalam menjalankan berbagai transaksi, baik keuangan maupun non-keuangan, melalui perangkat seluler kapan saja dan di mana saja. Layanan ini hadir untuk meningkatkan kemudahan, efektivitas, dan jangkauan transaksi tanpa terikat waktu layanan bank. Selain itu, *Mobile Banking* juga didukung oleh regulasi resmi dan kini menjadi salah satu fasilitas yang paling banyak digunakan nasabah. Layanan *Mobile Banking* dapat dilihat melalui indikator sebagai berikut: 1) Reliabilitas, 2) Daya Tanggap, 3) Kompetensi, 4) Akses, 5) Kesopanan, 6) Komunikasi, 7) Kredibilitas, 8) Keamanan, 9) Memahami Pelanggan, 10) Bukti Fisik. Adapun indikator dari Kualitas Pelayanan dilihat pada Tabel 4. dengan kisi-kisi instrumen sebagai berikut:

**Tabel 3.1**  
**Kisi-kisi Instrumen Layanan *Mobile Banking* (X)**

NO	Variabel	Indikator	Sub Indikator	Item
1.	<b>Layanan <i>Mobile Banking</i> (X)</b>	Reliabilitas (Reliability)	- Nasabah sulit mengakses semua fitur secara terintegrasi dan proses penyelesaian masalah jadi lebih lambat akibat sistem terpisah.	1,2
			Daya Tanggap (Responsiveness)	- Nasabah mampu menjelaskan tentang produk dan layanan yang tersedia
2.		Kompetensi (Competency)		- Nasabah mampu menjawab pertanyaan-pertanyaan dari konsumen atau pengguna <i>Mobile Banking</i>
			3.	Akses (Access)
4.				

---

5.	Kesopanan (Coutesy)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Layanan aplikasi selalu memberikan respon positif bila konsumen atau pengguna jasa mengemukakan keluhan/masalah terkait pelayanan</li> </ul>	9, 10
6.	Komunikasi (Comunication)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sikap kesopanan dan keramahan nasabah dalam memberikan pelayanan</li> <li>- Aplikasi menggunakan bahasa yang baik dan mudah dipahami pada saat penyampaian informasi notifikasi</li> <li>- Hambatan dalam mendapatkan notifikasi dan update penting bisa terpecah</li> </ul>	11, 12
7.	Kredibilitas (Credibility)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sifat jujur nasabah pada saat menangani keluhan dari konsumen atau pengguna <i>Mobile Banking</i></li> <li>- Pengguna meragukan kredibilitas bank karena layanan terpecah, seolah sistem tidak terintegrasi dengan baik.</li> <li>- Ketidak jelasan system proteksi ganda, Tidak ada kepastian apakah kedua aplikasi punya perlindungan setara, sehingga nasabah meragukan perlindungan menyeluruh.</li> </ul>	13, 14
8.	Keamanan (Security)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nasabah pengguna layanan merasa aman ketika memberikan berkas-berkas privasi maupun dokumen rahasia kepada nasabah</li> <li>- Nasabah pengguna jasa merasa bebas dari bahaya.</li> </ul>	15, 16, 17

---

		- Nasabah memahami apa yang dibutuhkan nasabah	18,
		- Nasabah memberikan perhatian secara individual terhadap nasabah pengguna layanan digital tersebut ( <i>Mobile Banking</i> )	19, 20
9	Memahami Pelanggan (Customer Understanding)	- Kurangnya pemahaman preferensi nasabah yang ingin serba praktis terintegrasi, dan lebih modern menandakan minimnya empati terhadap kenyamanan nasabah.	
		- Fasilitas yang tersedia memadai bagi kenyamanan nasabah pengguna layanan.	21, 22
10.	Bukti Fisik (Tangible)	- Fasilitas layanan membuat hasil mutase atau bukti transaksi tersebar di dua aplikasi, sehingga sulit dicek dan tidak praktis	

*Sumber Data: Parasuraman, A., Zeithaml, v.a & Berry, L.L. (1985)*

### 3.5.2 Definisi Operasional Kepuasan Nasabah

Kepuasan Nasabah adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah nasabah membandingkan hasil produk atau layanan yang diterima dengan harapannya. Kepuasan Nasabah dapat dilihat melalui indikator sebagai berikut: 1) Kepuasan Pelanggan Keseluruhan, 2) Konfirmasi Harapan, 3) Minat Pembelian Ulang, 4) Kesiediaan Merekomendasi, 5) Ketidakpuasan Nasabah. Adapun indikator dari Layanan *Mobile Banking* kerja dapat dilihat pada Tabel 4 dengan kisi-kisi instrumen sebagai berikut :

**Tabel 3.2**  
**Kisi-kisi Instrumen Kepuasan Nasabah(Y)**

NO	Variabel	Indikator	Sub Indikator	Item
1.	Kepuasan Nasabah (Y)	Kepuasan Pelanggan Keseluruhan	- Kesesuaian harapan seberapa baik produk/jasa sesuai harapan pelanggan.	1,2,3
			- Minat untuk menggunakan kembali layanan, efisiensi rendah membuat kurangnya minat untuk bertahan atau menggunakan <i>Mobile Banking</i> tersebut.	
			- Ketersediaan merekomendasikan, peluang pelanggan merekomendasi kepada orang lain	
2.	Kepuasan Nasabah (Y)	Konfirmasi Harapan	- Kesesuaian antara harapan dan kinerja actual produk/jasa (apakah produk atau layanan sesuai harapan)	4,5,6
			- Perasaan puas setelah menggunakan produk, nasabah kecewa karena pengalaman penggunaan layanan tidak sesuai harapan awal terhadap layanan digital modern.	
			- Kecenderungan pembelian ulang atau rekomendasi (apakah pelanggan ingin membeli lagi atau merekomendasikan jika harapan mereka terkonfirmasi).	
3.	Kepuasan Nasabah (Y)	Minat Pembelian Ulang	- Minat transaksional: Keinginan atau kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian ulang produk yang sama.	7,8,9
			- Ketersediaan konsumen merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain.	
			- Efisiensi rendah mengurangi	

---

		kepercayaan nasabah sehingga kurang yakin untuk mengulang transaksi.	
4.	Kesediaan Merekomendasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menyarankan teman atau kerabat untuk memakai produk karena pelayanan yang memuaskan.</li> <li>- Sistem yang tidak terintegrasi membuat nasabah merasa layanan belum siap direkomendasikan.</li> <li>- Menyarankan teman atau kerabat karena nilai atau manfaat yang didapat setelah menggunakan layanan/produk digital.</li> <li>- Ketidakpuasan nasabah pada harapan aplikasi yang praktis tidak terpenuhi, membuat pengalaman jadi mengecewakan.</li> </ul>	10,11,12
5.	Ketidakpuasan Nasabah	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kurangnya perhatian atau respons petugas, nasabah kurang diperhatikan, kurangnya komunikatif, atau sigap menangani keluhan.</li> <li>- Kualitas layanan tidak sesuai harapan, termasuk pelayanan tidak konsisten dan efisien.</li> </ul>	13,14,15

---

### 3.6 Pengukuran Variabel

Adapun skala pengukuran Layanan *Mobile Banking* (X), dan Kepuasan Nasabah (Y) yang dipakai dalam menganalisa data. Konsep alat ukur ini berupa kisi-kisi angket. Kisi-kisi angket kemudian dijabarkan ke dalam dimensi variabel dan indikator, selanjutnya dijadikan landasan dan pedoman dalam menyusun item-item pertanyaan atau sebagai instrument penelitian.

Pengukuran variabel Layanan *Mobile Banking* (X), Kepuasan Nasabah (Y) yang digunakan oleh penulis untuk menganalisa data adalah dengan menggunakan skala Likert. Siregar (2011 : 138), menjelaskan bahwa Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang suatu objek atau fenomena tertentu. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Nilai tersebut kemudian akan dijadikan variabel penilaian. Bobot jawaban responden diberi nilai rinci sebagai berikut:

**Tabel 3.3**  
**Nilai Bobot Jawaban**

No	Ket	Bobot
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Kurang Setuju	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

*Sumber Data: Diva dalam Suryani (2022)*

)

### **3.7 Metode Analisis**

Untuk menganalisis pengaruh variabel Layanan *Mobile Banking* (X) dan Kepuasan Nasabah (Y) digunakan analisis korelasi dan regresi linear sederhana merupakan suatu metode statistik umum yang digunakan untuk meneliti hubungan antara beberapa variabel independen dan dependen. Proses data menggunakan program software komputer SPSS 26 ( Statistical Product and Service Solution ), merupakan paket program aplikasi komputer untuk menganalisis data statistik. SPSS dapat memakai hampir dari seluruh tipe file data dan penggunaannya untuk membuat laporan berbentuk tabulasi, chart (grafik), plot (diagram) dari berbagai distribusi, statistik deskriptif dan analisis statistik yang kompleks. Jadi dapat dikatakan SPSS adalah sebuah sistem yang lengkap, menyeluruh, terpadu, dan sangat fleksibel untuk analisis statistic dan manajemen data.

#### **3.7.1 Analisis Statistik Deskriptif**

Mengitung serta menggambarkan penyebaran semua jawaban responden dalam angket penelitian berdasarkan variabel penelitian serta mengetahui seberapa baik penyebaran data X, dan Y berdasarkan hasil penelitian dengan mengitung nilai *Central tendency* seperti rata-rata, median, modus, kisaran standar deviasi diungkapkan untuk memperjelas deskripsi responden.

### 3.7.2 Analisis Instrumen Jawaban Responden

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel independent yaitu Layanan *Mobile Banking* (X), dan satu variabel dependent Kepuasan Nasabah (Y). Sebelum memberikan kategori penilaian terhadap instrument jawaban responden maka dibuatkan kategori penilaian terlebih dahulu dalam menghitung interval sebagai berikut :

Keterangan :

C = Interval

$X_n$  = Nilai Tertinggi  $X_1$  = Nilai Terendah K = Jumlah kelas

(Sumber : Supranto, 2006:64)

Jadi perhitungannya adalah :

$$C = \frac{X_n - X_1}{K}$$

$$5 - 1$$

$$Interval = \frac{4}{4} = 1$$

Setelah besar intervalnya diketahui kemudian dibuatkan rentang skalanya sehingga kategori yang diperoleh sebagai berikut :

**Tabel 3.4**  
**Rentang Skala Nilai dan Kategori Instrumen Jawaban Responden**

No.	Rentang Skala Nilai	Kategori	Ket.
	1,00 – 1,80	Tidak Baik	<b>TB</b>
	1,81 – 2,61	Kurang Baik	<b>KB</b>
	2,62 – 3,40	Cukup Baik	<b>CB</b>
	3,41 – 4,21	Baik	<b>B</b>

Sumber : *Pengelolaan Data 2025*

### **3.7.3 Total Skor**

Menghitung semua jawaban responden dalam angket penelitian serta mengetahui seberapa baik tanggapan responden terhadap instrument yang dijalankan. Total skor juga bisa menggambarkan seberapa baik variabel penelitian yang sedang terjadi terhadap fenomena yang sedang diteliti.

### **3.7.4 Pengukuran Validitas dan Reliabilitas**

Sebelum melakukan analisis data terlebih dahulu melakukan pengujian kualitas data yang diperoleh. Uji kualitas data yang diperoleh. Uji kualitas data yang dilakukan untuk meyakini kualitas data yang diperoleh, yang terdiri dari pengujian validitas dan pengujian validitas.

#### **3.7.4.1 Uji Validitas**

Uji validitas merupakan uji yang berfungsi untuk melihat apakah suatu alat ukur tersebut valid (sahih) atau tidak valid. Alat ukur yang dimaksud disini merupakan pertanyaan-pertanyaan yang ada dalam kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan tersebut pada kuesioner dapat mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner, Miftahul Janna (2021).

Uji validitas pada penelitian ini menggunakan alat ukur Pearson Product Moment, dengan mengkorelasikan skor tiap butir dengan skor total yang merupakan jumlah tiap skor butir. Syarat minimum untuk dianggap memenuhi syarat kalau  $r = 0,3$ . Untuk mengukur nilai validitas ditentukan dengan melihat nilai  $\alpha = 0,05$  dengan jumlah responden 45 sehingga nilai  $r$  (0,05, 45) pada Table *Product Moment* dan di dapat nilai  $r = 0,301$ . Jadi kalau korelasi antara butir dengan skor total kurang dari 0,301 maka butir dalam instrumen tersebut dinyatakan tidak valid.

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

$r_{xy}$  = nilai korelasi x dan y

N = jumlah sampel

X = nilai per butir

Y = total nilai kuisioner masing-masing responden

Adapun uji validitas untuk mengetahui besarnya hubungan antara item butir pernyataan dengan total item pernyataan untuk masing-masing variabel, yaitu Layanan *Mobile Banking* (X) dan Kepuasan Nasabah (Y) adalah sebagai berikut :

### **1. Uji Validitas Instrumen Jawaban Variabel Layanan *Mobile Banking* (X)**

Hasil analisis validitas Instrumen variabel Layanan *Mobile Banking* (X) dengan jumlah 12 instrumen, ditemukan 10 instrumen valid bernilai diatas  $r = 0,367$  dan terdapat 1 instrumen yang tidak valid nomor 6 mantan nasabah pada perusahaan  $0,353 < r = 0,367$ . Instrumen variabel Layanan

*Mobile Banking* (X) memenuhi syarat untuk dijadikan instrumen variabel penelitian namun instrumen yang tidak valid diabaikan.

## **2. Uji Validitas Variabel Kepuasan Nasabah (Y)**

Hasil analisis validitas Instrumen variabel Kepuasan Nasabah Nasabah (Y) dengan jumlah 13 instrumen, ditemukan 12 instrumen valid bernilai diatas  $r = 0,301$  dan terdapat 1 instrumen yang tidak valid yaitu instrumen nomor 11 Pencapaian tujuan Kepuasan Nasabah organisasi yang telah ditetapkan, dengan nilai  $0,281 < r = 0,301$ . Instrumen variabel Kepuasan Nasabah Nasabah (Y) memenuhi syarat untuk dijadikan instrumen variabel penelitian namun instrumen yang tidak valid diabaikan.

### **3.7.4.2 Uji Reabilitas**

Uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama, Sugiyono (2017: 130). Reliabilitas instrumen sebagai alat ukur diperlukan pula disamping validitasnya. Reliabilitas atau keterandalan suatu instrumen sebagai alat ukur dimaksudkan untuk mengetahui sejauh mana kebenaran alat ukur tersebut cocok digunakan sebagai alat ukur untuk mengukur sesuatu, Mardalis (2014 : 61).

Reliabilitas merupakan tingkat kemantapan suatu alat ukur. Suatu alat ukur dikatakan mantap bila dalam mengukur sesuatu berulang kali, alat ukur tersebut memberikan hasil yang sama. Tentu saja dengan syarat bahwa kondisi saat pengukuran tidak berubah. Reliabilitas berarti dapat diandalkan (*dependability*) dan hasilnya dapat diramalkan (*predictability*). Reliabilitas menunjukkan tingkat ketepatan. Apabila ingin menguji ketepatan suatu hasil

pengukuran, maka ukuran yang diperoleh merupakan ukuran yang benar dari sesuatu yang ingin diukur.

Instrumen (kuisisioner) penelitian dikatakan memiliki reliabilitas yang sedang apabila nilai  $\alpha$  dari Cronbach's antara 0,5 sampai 0,6, Sugiyono (2014). Instrument penelitian variabel tersebut dapat dinyatakan *reliable* dan layak untuk dijadikan variabel dalam pengukuran penelitian ini karena koefisien *reliable*  $> 0,6$ .

Hal ini dapat diukur dengan rumus sebagai berikut :

$$= \frac{k. r. a}{1 + (k - 1)r}$$

Keterangann :

$\alpha$  = Keandalan *alpha Cronbach*

r = Rata-rata korelasi diantara butir pertanyaan

k = Jumlah butir pertanyaan dalam skala

Reliabilitas alat ukur dilihat dari nilai koefisien  $\alpha$  (alpha) Cronbach, dan instrumen dianggap reliabel apabila nilai koefisien  $\alpha$  Cronbach lebih besar 0,6. Adapun uji reliabilitas untuk mengetahui apakah jawaban yang diberikan responden dapat dipercaya atau dapat diandalkan dengan menggunakan analisis reabilitas melalui metode Croanbarch alpha.

### 1. Uji Reliabilitas Variabel Layanan *Mobile Banking* (X)

Untuk mengetahui reabilitas variabel maka data diolah dengan menggunakan SPSS sehingga menghasilkan koefisien reabilitas Cronbach Alpha dengan kriteria suatu instrument penelitian dikatakan reliabel jika koefisien reliabel ( $r$ )  $> 0,6$  dan berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa koefisien reliabilitas untuk variabel Layanan *Mobile Banking* (X) di atas ( $r$ )  $> 0,6$  yaitu

senilai 0,65 ini berarti instrument penelitian dapat dinyatakan reliabel dan layak untuk dijadikan variabel dalam pengukuran penelitian ini.

## 2. Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Nasabah (Y)

Untuk mengetahui reabilitas variabel maka data diolah dengan menggunakan SPSS sehingga menghasilkan koefisien reabilitas Cronbach Alpha dengan kriteria suatu instrument penelitian dikatakan reliabel jika koefisien reliabel ( $r$ )  $>$  0,6 dan berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa koefisien reliabilitas untuk variabel Kepuasan Nasabah (Y) di atas ( $r$ )  $>$  0,6 yaitu senilai 0,65 ini berarti instrument penelitian dapat dinyatakan reliabel dan layak untuk dijadikan variabel dalam pengukuran penelitian ini.

### 3.7.5 Analisis Korelasi

Untuk mengetahui besarnya derajat hubungan antara variabel bebas yaitu Layanan *Mobile Banking* ( $X_1$ ) terhadap variabel terikat yaitu Kepuasan Nasabah (Y) digunakan analisis korelasi sederhana dan analisa korelasi berganda dengan mengikuti Formula Pearson :

$$r_{xy} = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{n\sum x^2 - (\sum x)^2} \sqrt{n\sum y^2 - (\sum y)^2}}$$

Dan untuk menguji keberanian derajat r digunakan uji signifikansi antara X dan Y dengan menggunakan statistik t dengan rumus :

$$t = \frac{\sqrt{n-2}r}{\sqrt{1-r^2}}$$

Kriteria yang digunakan untuk menentukan tinggi rendahnya hubungan yang terjadi antara variabel sebagai berikut, Riduwan (2005) :

**Tabel 3.5**  
**Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi**

No	Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
1	0,00 – 0,19	Sangat rendah
2	0,20 – 0,39	Rendah
3	0,40 – 0,59	Cukup Kuat
4	0,60 – 0,79	Kuat
5	0,80 – 1,00	Sangat Kuat

*Sumber: Metodologi penelitian Bisnis oleh Sugiyono( 2008 : 250)*

Analisis determinasi digunakan untuk mengetahui variasi hubungan variabel terikat yang disebabkan oleh variabel bebas dengan rumus sebagai berikut, Riduwan (2005) :

$$D = R^2 \cdot 100 \%$$

Dimana :

D = Koefisien Determinasi

R = Koefisien korelasi *multiple*

### 3.7.6 Regresi Linier Sederhana

Regresi linear berganda digunakan oleh peneliti untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen atau regresi linear berganda dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal dua. Penerapan metode regresi linear berganda jumlah variabel yang digunakan lebih dari satu yang mempunyai satu variabel terikat, Sugiyono (2018 : 307). Pada regresi berganda variabel independen (variabel X) yang diperhitungkan pengaruhnya terhadap variabel dependen (variabel Y), jumlahnya lebih dari satu. Dalam penelitian ini, variabel independen adalah Layanan *Mobile Banking* (X), sedangkan variabel dependen adalah Kepuasan Nasabah (Y) sehingga persamaan regresi bergandanya adalah:

Analisa yang digunakan untuk menguji apakah ada pengaruh antara variabel  $X_1$  (Layanan *Mobile Banking*), dengan  $Y$  (Kepuasan Nasabah). Rumus yang digunakan yaitu :

$$Y = a + \beta_1 X_1$$

Dimana :

$Y$  = Kepuasan Nasabah

$X$  = Layanan *Mobile Banking*

$a$  = Nilai intercept atau konstanta

$\beta$  dan  $\beta$  = Koefisien regresi

### 3.7.7 Pengujian Hipotesis

Adapun pengujian terhadap hipotesis yang diajukan dilakukan sebagai berikut: uji t dilakukan untuk menguji koefisien regresi secara parsial dari variabel independennya. Tingkat signifikan yang digunakan sebesar 5%, dengan derajat kebebasan  $df = (n-k-1)$ , dimana ( $n$ ) adalah jumlah observasi dan ( $k$ ) adalah jumlah variabel independent.

Hipotesis :

$H_0: \beta_1 \leq 0$  (Layanan *Mobile Banking* Secara Parsial Tidak Berpengaruh Secara Signifikan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT Angkasa Pura I Kantor Cabang Banda Udara Sam Ratulangi Manado)

$H_1: \beta_1 > 0$  (Layanan *Mobile Banking* Secara Parsial Berpengaruh Secara Signifikan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT Angkasa Pura I Kantor Cabang Banda Udara Sam Ratulangi Manado)

Untuk menguji hipotesis secara parsial digunakan rumus sebagai berikut:

$$t = \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Sedangkan kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

1. Taraf Signifikan ( $\alpha = 0,05$ )
2. Distribusi t dengan derajat kebebasan ( n )
3. Apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima
4. Apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

### 3.7.7.1 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Ghozali (2006), Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) pada intinya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model regresi dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol (0) dan satu (1). Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu (1) berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.

Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Setiap tambahan satu variabel independen, maka  $R^2$  pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Maka digunakan nilai Adjusted  $R^2$  pada saat mengevaluasi model regresi yang terbaik karena Adjusted  $R^2$  dapat naik turun apabila satu variabel independen di tambahkan ke dalam model.

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Gambaran Umum Perusahaan**

##### **4.1.1 Sejarah Perusahaan**

PT. Bank SulutGO, yang sebelumnya dikenal sebagai PT. Bank Pembangunan Daerah Sulawesi Utara, awalnya didirikan dengan nama Bank Pembangunan Daerah Sulawesi Utara Tengah berdasarkan Akta No. 88 tanggal 17 Maret 1961 oleh Raden Hadiwido, notaris pengganti dari Raden Kadiman, notaris di Jakarta. Pendirian ini kemudian diperbaiki melalui akta perubahan Anggaran Dasar No. 22 tanggal 4 Agustus 1961 oleh Raden Kadiman, notaris di Jakarta, serta akta perubahan Anggaran Dasar No. 46 tanggal 10 Oktober 1961 oleh Raden Hadiwido sebagai pengganti Raden Kadiman. Seluruh perubahan tersebut telah memperoleh pengesahan dari Menteri Kehakiman Republik Indonesia melalui penetapan No. J.A.5/109/6 tanggal 13 Oktober 1961, sesuai dengan ketentuan Undang-Undang No. 13 Tahun 1962 mengenai ketentuan pokok Bank Pembangunan Daerah. Berdasarkan Undang-Undang No. 13 Tahun 1964 yang mengatur pembentukan provinsi daerah tingkat I Sulawesi Utara, status bank ini berubah menjadi Perusahaan Daerah Bank Pembangunan Daerah Sulawesi Utara sesuai dengan Peraturan Daerah tanggal 2 Juni 1964 beserta perubahan-perubahannya. Selanjutnya, melalui Peraturan Daerah No. 1 Tahun 1999, terjadi perubahan bentuk badan hukum Bank Pembangunan Daerah Sulawesi Utara

Daerah Sulawesi Utara dari Perusahaan Daerah menjadi Perseroan Terbatas Bank Pembangunan Daerah Sulawesi Utara.

Setelah Bank Sulut mengakhiri partisipasinya dalam program rekapitalisasi perbankan, terjadi beberapa perubahan Anggaran Dasar yang berkaitan dengan restrukturisasi kepemilikan saham pasca-divestasi saham negara. Perubahan terakhir mencakup peningkatan modal dasar dari Rp 100 miliar menjadi Rp 300 miliar, yang telah memperoleh persetujuan dari Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia melalui Surat Keputusan No. C-24640/HT.01.04.TH.2006 tanggal 23 Agustus 2006, dan diumumkan dalam Berita Negara Republik Indonesia tanggal 23 Oktober 2006 No. 85 Tambahan No. 11432/2006. Sesuai dengan hasil Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa PT. Bank Sulut tanggal 8 Mei 2015, serta keputusan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia No. AHU-0935695.AH.01.02 Tahun 2015 tanggal 23 Mei 2015 dan Keputusan Dewan Komisiner Otoritas Jasa Keuangan No. 17/KDK.03/2015 tanggal 23 September 2015, PT. Bank Pembangunan Daerah Sulawesi Utara (PT. Bank Sulut) resmi berubah nama menjadi PT. Bank Pembangunan Daerah Sulawesi Utara Gorontalo (PT. Bank SulutGO). Selanjutnya, pada tahun 2020, bank ini kembali melakukan perubahan nama menjadi “BSG”.

#### 4.1.1.1 Logo Perusahaan



**Gambar 4.1**  
**Logo PT. Bank SulutGo**  
*Sumber : PT. Bank SulutGo*

Logo Bank SulutGo merupakan representasi visual yang mengandung nilai filosofis mendalam serta mencerminkan identitas kedaerahan sebagai bank pembangunan daerah Sulawesi Utara dan Gorontalo. Pada bagian kiri logo terdapat elemen grafis berupa tiga gelombang berwarna merah yang menyerupai bendera berkibar atau sayap burung, yang memberikan kesan dinamis dan progresif. Bentuk gelombang yang melengkung ke atas ini secara simbolis menggambarkan semangat, pertumbuhan, serta komitmen BSG untuk terus beradaptasi dengan perkembangan zaman dan konsisten dalam memberikan layanan terbaik kepada masyarakat. Bagian kanan logo didominasi oleh tulisan tebal “BSG” dengan karakter huruf yang sederhana namun kuat, mencerminkan modernitas, kejelasan, serta nilai profesionalisme yang diusung oleh institusi ini. Di bawahnya terdapat tagline “**Torang Pe Bank**” yang secara harfiah berarti “Bank Milik Kita” dalam dialek Manado, yang menegaskan posisi BSG sebagai institusi keuangan yang tidak hanya hadir di tengah masyarakat, tetapi juga menjadi kebanggaan serta bagian integral dari kehidupan masyarakat Sulawesi Utara dan Gorontalo. Penggunaan

kombinasi warna merah dan hitam dalam logo tidak hanya memperkuat daya tarik visual, tetapi juga mengandung makna kekuatan, kepercayaan, keberanian, energi, serta semangat inovasi yang senantiasa diwujudkan dalam setiap aspek pelayanan. Secara keseluruhan, logo ini merupakan manifestasi filosofi BSG sebagai bank daerah yang berdaya saing tinggi, enerjik, inklusif, serta selalu berorientasi pada kemajuan dan kesejahteraan masyarakat di wilayah operasionalnya, yaitu Sulawesi Utara dan Gorontalo.

#### **4.1.2 Lokasi dan Telepon Perusahaan**

Nama Perusahaan : Kantor Pusat PT. Bank SulutGo  
Alamat Kantor : Jl. Pierre Tendean No.1, Wenang Utara,  
Kec. Wenang, Kota Manado, Sulawesi Utara  
Telepon : (0431) 859082

#### **4.1.3 Visi dan Misi Perusahaan**

##### **Visi :**

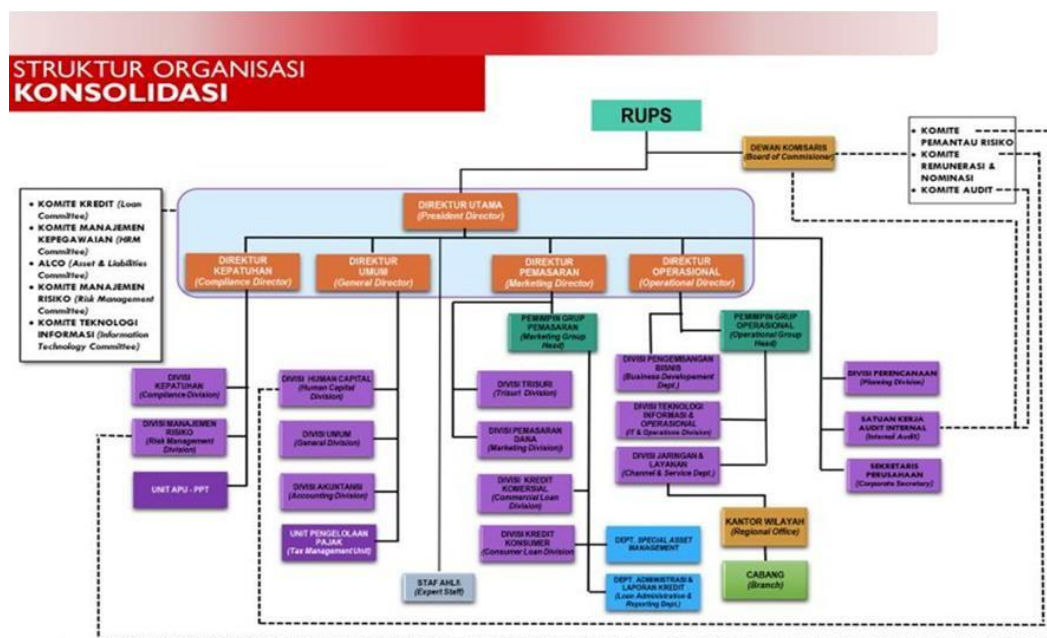
Menjadi bank inovatif, berdaya saing tinggi dan berorientasi pada kepuasan nasabah.

##### **Misi :**

- 1) Berkontribusi dalam pembangunan daerah yang berdikari dan berkeadilan.
- 2) Terus berinovasi menciptakan model bisnis, layanan & produk yang terbaik serta bernilai tambah kepada nasabah.
- 3) Menciptakan *Human Capital* sebagai pilar penting dalam pencapaian visi perusahaan.

4) Melaksanakan tata kelola perusahaan yang baik secara konsisten.

#### 4.1.4 Struktur Perusahaan



**Gambar 4.2**  
**Struktur Perusahaan**

Sumber : website resmi Bank SulutGO

Uraian Tugas yang ada pada Kantor Pusat PT. Bank SulutGO berdasarkan struktur organisasi perusahaan sebagai berikut :

a. RUPS (Rapat Umum Pemegang Saham)

Adalah organ yang mempunyai wewenang yang tidak diberikan kepada dewan komisaris atau direksi dalam batas yang ditentukan dalam peraturan perundang-undangan dan anggaran dewan. dalam RUPS, seluruh pemegang saham mempunyai hak yang setara untuk memutuskan hal-hal penting yang berkaitan dengan keberlanjutan perusahaan.

b. Dewan Komisaris

Adalah organ perusahaan yang bertugas melakukan pengawasan secara umum atau secara khusus kepada direksi.

c. Direktur Utama

Bertugas untuk melakukan pembinaan dan pengendalian serta bertanggung jawab atas semua kegiatan unit kerja yang berada langsung dibawah kendali sesuai struktur organisasi bank yaitu divisi perencanaan, satuan kerja audit internal, dan sekretaris perusahaan.

d. Direktur kepatuhan

Bertugas melakukan pembinaan dan pengendalian serta bertanggung jawab atas semua kegiatan unit kerja yang berada langsung dibawah kendali sesuai struktur organisasi bank yaitu divisi kepatuhan dan divisi manajemen resiko.

e. Direktur Umum

Bertugas melakukan pembinaan dan pengendalian serta bertanggung jawab atas semua kegiatan unit kerja yang berada langsung dibawah kendali sesuai struktur organisasi bank yaitu divisi umum, dan divisi akuntansi.

f. Direktur Pemasaran

Bertugas melakukan pembinaan dan pengendalian serta bertanggung jawab atas semua kegiatan unit kerja yang berada langsung dibawah kendali sesuai struktur organisasi bank yaitu divisi pemasaran, divisi trisuri, divisi kredit consumer, kredit komersial.

g. Direktur Operasional

Bertugas melakukan pembinaan dan pengendalian serta bertanggung jawab atas semua kegiatan unit kerja yang berada langsung dibawah kendali sesuai struktur organisasi bank yaitu divisi IT, divisi PBJ, divisi OL.

h. Divisi Kepatuhan

Memastikan bahwa seluruh kebijakan, sistem dan prosedur yang ada di bank tidak bertentangan dan telah sesuai dengan ketentuan dan perundang-undangan yang berlaku, serta dengan peraturan bank Indonesia.

i. Divisi MRI (Manajemen Resiko)

Untuk membantu direktur kepatuhan. Bertanggung jawab untuk melakukan fungsi evaluasi pengelolaan resiko secara independen, dan bertanggung jawab menyusun kerangka manajemen resiko global. Dimana pendelegasian wewenang dan pemberian limit ditentukan secara jelas sesuai persetujuan komite manajemen resiko.

j. Divisi Perencanaan

Mengelola proses penyusunan dan tinjau ulang rencana strategi bank yang meliputi corporate plan, business plan, kebijakan umum direksi dan rencana kerja anggaran tahunan (RKAT).

k. Divisi SKAI (Satuan Kerja Audit Internal)

Bertanggung jawab langsung kepada direktur utama dengan misi mendukung terlaksananya proses manajemen risiko, *internal control*, dan tata kelola perusahaan yang memadai.

l. Divisi Human Capital

Bertugas untuk membantu direktur umum dalam menyusun rencana dan sasaran kerja dari pembinaan dan pengembangan sumber daya manusia, mengelola proses internalisasi dan eksternalisasi, *corporate values* dan perilaku utama organisasi, mengelola proses penyusunan dan penerapan

*manpower planning* sesuai kebutuhan pengembangan organisasi, rencana strategis, dan rencana bisnis bank.

m. Divisi umum

Mengelola proses kompilasi pengadaan barang dan jasa sesuai kebutuhan unit kerja, mengorganisir dan mengawasi efisiensi serta efektivitas pengelolaan serta pemanfaatan asset fisik dan penggunaan asset fisik bank.

n. Divisi Akuntansi

Menetapkan struktur keuangan entitas yaitu, menetapkan kebutuhan entitas akan dana untuk sekarang (modal berjangka pendek) dan masa depan, mengalokasikan dana sedemikian rupa agar memperoleh tingkat efisiensi atau profitabilitas yang optimal.

o. Divisi Trisuri

Bertugas membantu direktur pemasaran dalam penanganan dan pengawasan seluruh kegiatan yang berkaitan dengan aktivitas divisi trisuri. Memberikan informasi untuk penetapan antara lain, *cost of funds*, *cost of money*, dan *lending rate*, serta penyediaan dan penggunaan dana, juga batas maksimal pemberian kredit (BPMK).

p. Divisi Pemasaran Dana

Bertugas untuk membantu direktur pemasaran dalam pembagian atau penyaluran dana, serta memasarkan dan menyusun strategi dalam bidang pendistribusian dan kepada setiap cabang Bank SulutGO, dan membangun relasi antara retail, instansi, dan perusahaan untuk bekerja sama dengan Bank SulutGO.

q. Divisi Kredit Komersial

Bertugas dalam menganalisis kondisi keuangan para calon debitur, serta kemungkinan dikemudian hari apabila kredit diberikan.

r. Divisi Kredit Konsumer

Bertugas mengelola perumusan dan implementasi kebijakan juga strategi bisnis kredit consumer, melakukan koordinasi terkait kegiatan promosi untuk mendukung peningkatan penjualan kartu kredit dan peningkatan volume transaksi.

s. Divisi Pengembangan Bisnis

Bertugas untuk membantu direktur operasional dalam menjalankan dan mengembangkan kegiatan bisnis PT. Bank SulutGO untuk Peningkatan income serta dapat menjalankan dan mengenalkan produk dan jasa yang ada.

t. Divisi TI (Teknologi dan Informasi)

Bertugas membantu direktur kepatuhan dalam mengkoordinasikan dan mengawasi kegiatan sistem teknologi informasi meliputi operasional perusahaan, pengembangan sistem informasi bank melalui pendayagunaan teknologi secara efektif dan efisien, dan mengelola teknologi destem bank dan ATM.

u. Divisi OL (Operasional dan Layanan)

Bertugas untuk mengatur dan membantu dalam bidang operasional kegiatan perusahaan serta layanan perbankan di Kantor Pusat PT. Bank SulutGO.

#### **4.1.5 Sumber Daya Teknologi**

Bank SulutGo menawarkan beragam layanan digital yang mempermudah transaksi nasabah antara lain :

- 1) SMS Banking, untuk transaksi via SMS tanpa internet seperti cek saldo dan transfer.
- 2) Kliring, proses cepat penyelesaian cek atau giro antarbank.
- 3) SAMSAT Online, untuk bayar pajak kendaraan dan cek STNK secara digital.
- 4) BSGcash, kartu uang elektronik yang bisa dipakai di merchant, tol, MRT, dan parker
- 5) BANCASSURANCE, layanan asuransi yang terintegrasi dengan produk perbankan.
- 6) BSGusd, akses perbankan lewat kode USSD tanpa perlu koneksi internet.
- 7) BSGdebit, kartu debit untuk transaksi belanja di seluruh Indonesia.
- 8) BSG Touch, aplikasi *Mobile Banking* lengkap untuk berbagai layanan.
- 9) BSG direct, internet banking khusus korporasi untuk kelola transaksi dan laporan keuangan.
- 10) BSG QRIS, pembayaran digital menggunakan QR Code yang praktis dan cepat.

#### **4.2 Hasil Analisis**

##### **4.2.1 Deskripsi Responden**

Penelitian ini dilaksanakan pada PT. Bank SulutGo dengan sampel penelitian nasabah Bank SulutGo. Berdasarkan data yang diperoleh, maka berikut

ini akan menguraikan gambaran umum responden penelitian. Responden berjumlah 31 responden dari data yang diperoleh, terdapat beberapa komposisi yang akan diangkat, seperti komposisi responden berdasarkan jenis kelamin, komposisi responden berdasarkan pendidikan dan komposisi responden berdasarkan usia yang dapat dilihat sebagai berikut :

### 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan dari jenis kelamin, Nasabah dibagi menjadi dua yaitu laki-laki dan perempuan. Dari hasil kuisioner yang disebarkan ditemukan bahwa nasabah laki-laki lebih dominan dibandingkan dengan perempuan. Dari hasil pengolahan data dapat dilihat bahwa nasabah yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 17 orang dengan tingkat persentase 55% dan nasabah perempuan sebanyak 14 orang dengan tingkat persentase 45%. Adapun jumlah nasabah dapat dilihat pada tabel 4.1 berikut :

**Tabel 4.1**  
**Jumlah Nasabah Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Laki – laki	17	55%
2	Perempuan	14	45%
	<b>Jumlah</b>	31	<b>100%</b>

*Sumber : Data Primer Diolah Tahun 2025*

### 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Berdasarkan pendidikan nasabah memiliki pendidikan S1 yang paling banyak ditemui yaitu 17 orang dengan tingkat persentase 55%. Untuk SMA sebanyak 13 orang dengan tingkat persentase 42% dan terdapat Pendidikan S2 sejumlah 1 orang

dengan tingkat persentase 3%. Selengkapnya tabulasi data nasabah dapat dilihat pada table 4.2 berikut :

**Tabel 4.2**  
**Jumlah Nasabah Berdasarkan Pendidikan**

No	Masa Kerja	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	SMA	13	42%
2	D4/S1	17	55%
3	S2	1	3%
	<b>Jumlah</b>	31	100%

Sumber : Data Primer Diolah Tahun 2025

### 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa, nasabah pada PT. Bank SulutGo adalah mereka yang berada pada *range* usia 20 - 31 tahun yaitu sebanyak 25 orang dengan tingkat persentase 81%, mereka yang berada pada range usia <20 sebanyak 4 orang dengan tingkat persentase 13%, selanjutnya, terakhir yang paling sedikit usia >31 tahun yaitu sebanyak 2 orang dengan tingkat persentase 6%, Dimana jumlah nasabah berdasarkan usia dapat dilihat pada table 4.3 sebagai berikut:

**Tabel 4.3**  
**Jumlah Nasabah Berdasarkan Usia**

No	Usia	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	<20 Tahun	4	13%
2	20-30 Tahun	25	81%
3	31> Tahun	2	6%
	<b>Jumlah</b>	31	100%

Sumber Data Primer Di Olah Tahun 2025

Berdasarkan karakteristik responden di atas dapat diuraikan bahwa nasabah pada PT. Bank SulutGo cukup bervariasi sehingga dapat mewakili populasi nasabah

untuk mengetahui pengaruh layanan mobile terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank SulutGo. Berdasarkan data yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa nasabah yang merespon kuesioner pertanyaan mengenai pengaruh layanan mobile terhadap kepuasan nasabah yang paling banyak adalah yang mempunyai umur yang antara 20 - 30 tahun dengan persentase 81%, sedangkan tingkat pendidikan paling banyak adalah D4/S1 dengan jumlah 17 orang atau 55%.

#### **4.2.2 Hasil Analisis Deskriptif**

Untuk mengetahui penyebaran data penelitian ketiga variable sehingga dapat diketahui distribusinya maka ketiga variable Layanan *Mobile Banking*, Fasilitas dan Produktifitas maka diperlukan analisis deskriptif statistik. Hasil analisis Deskriptif Statistik untuk melihat proses penyebaran data berdasarkan ukuran gejala pusat dari variable Layanan *Mobile Banking* (X), Fasilitas (X<sub>2</sub>) dan Kepuasan Nasabah (Y) dari jawaban angket responden. Sebelum melakukan analisis maka terlebih dahulu variabel-variabel penelitian dideskripsikan untuk mengetahui karakteristik setiap variabel. Data yang dikumpulkan dari 31 responden ditabulasi menurut variabel penelitian dan dideskripsikan dengan bantuan fasilitas *Data Analysis* dari SPSS versi 26. Hasil analisis deskriptif disajikan pada Tabel 4.4 berikut :

**Tabel 4.4**  
**Deskripsi Variabel Penelitian Layanan *Mobile Banking* (X),**  
**Dan Kepuasan Nasabah(Y)**

Statistik Deskriptif	Budaya Kerja (X <sub>1</sub> )	Motivasi (X <sub>2</sub> )
Mean	62,45	55,71
Standard Error	3,58	2,12
Median	63	59
Mode	55	65
Standard Deviation	19,94	11,83
Sample Variance	397,79	139,88
Kurtosis	-0,82	-0,84
Skewness	-0,22	-0,64
Range	73	39
Minimum	22	32
Maximum	95	71
Sum	1936	1727
Count	31	31

Sumber : Hasil Pengolahan Data Tahun 2025

Untuk penjelasan deskriptif statistik penelitian mengenai variable Layanan *Mobile Banking* dan Fasilitas serta variabel Kepuasan Nasabah dapat dijelaskan sebagai berikut :

### 1. Deskripsi Variabel Layanan *Mobile Banking* (X)

Berdasarkan hasil deskriptif statistik variabel Layanan *Mobile Banking* pada Tabel 4.4 diperoleh nilai Maximum 95 dan Minimum 22 atau memiliki Range 73 serta nilai Sample Variance 397,79 dengan nilai Standard Error 3,58. Hal ini menggambarkan bahwa Layanan *Mobile Banking* pada PT. Bank SulutGo memiliki variasi nilai yang signifikan dengan tingkat kesalahan yang kecil, sehingga dapat digunakan sebagai variabel penelitian.

Pada Tabel 4.4 tersebut juga diperoleh nilai Mean 62,45 dengan nilai Skewness -0,22 dan nilai Kurtosis -0,82 yang mengarakterisasikan derajat asimetri dari distribusi Layanan *Mobile Banking* disekitar nilai Median 63. Hal ini menggambarkan bahwa variabel Layanan *Mobile Banking* yang ada pada PT. Bank

SulutGo terdistribusi normal dengan Standard Deviation 19,94. Dengan kata lain Layanan *Mobile Banking* pada PT. Bank SulutGo belum maksimal.

## **2. Deskripsi Kepuasan Nasabah (Y)**

Berdasarkan hasil deskriptif statistik untuk variabel Kepuasan Nasabah pada tabel 4.4 diperoleh nilai Maximum 71 dan Minimum 32 atau memiliki Range 39 serta nilai Sample Variance 139,88 dengan nilai Standard Error 2,12. Hal ini menggambarkan bahwa variabel Kepuasan Nasabah pada PT. Bank SulutGo memiliki variasi nilai yang signifikan dengan tingkat kesalahan yang kecil, sehingga dapat digunakan sebagai variabel penelitian.

Pada Tabel 4.4 tersebut juga diperoleh nilai Mean 55,71 dengan nilai Skewness -0,64 dan nilai Kurtosis -0,84 yang mengarakterisasikan derajat asimetri dari distribusi data variabel Kepuasan Nasabah disekitar nilai Median 59. Hal ini menggambarkan bahwa Kepuasan Nasabah pada PT. Bank SulutGo terdistribusi normal dengan Standard Deviation 11,83. Dengan kata lain, Kepuasan Nasabah pada PT. Bank SulutGo belum maksimal.

### **4.2.3 Hasil Analisis Instrumen Jawaban Responden**

Hasil Analisis Jawaban responden dalam penelitian ini terdapat dua variabel independent yaitu Layanan *Mobile Banking* (X), dan Kepuasan Nasabah (Y). Untuk penjelasan hasil analisis deskriptif statistik penelitian mengenai variable Layanan *Mobile Banking* serta variabel Kepuasan Nasabah dapat dijelaskan sebagai berikut :

**Tabel 4.5**  
**Rentang Skala Untuk Kategori Nilai Rata –Rata Skor Jawaban**

No	Rentang Skala Nilai	Kategori	Keterangan
1	1,00 – 1,80	Tidak Baik	TB
2	1,81 –2,61	Kurang Baik	KB
3	2,62 – 3,40	Cukup Baik	CB
4	3,41 – 4,21	Baik	B
5	4,22 – 5,00	Sangat Baik	SB

*Sumber : hasil olahan data 2025*

### 1. Layanan *Mobile Banking* (Variabel X)

Layanan *Mobile Banking* ini akan menggambarkan penilaian Nasabah mengenai Layanan *Mobile Banking* yang ada di PT. Bank SulutGo. Variabel Layanan *Mobile Banking* diukur dari 22 item atau instrumen yang dibuat berdasarkan sepuluh indikator : 1) Reabilitas, 2) Daya Tanggap, 3) Kompetensi, 4) Akses, 5) Kesopanan, 6) Komunikasi, 7) Kredibilitas, 8) Keamanan, 9) Memahami Pelanggan, 10) Bukti Fisik.

Dari jawaban responden hasil analisis Tabel. 5.6 menunjukkan bahwa instrument jawaban responden Layanan *Mobile Banking* Nasabah PT. Bank SulutGo dikategorikan cukup baik. Dari hasil analisis dari 22 instrumen pertanyaan didapatkan nilai skor jawaban rata-rata sebesar (2,82) berada pada kategori cukup baik. Ini berarti instrument jawaban responden variabel Layanan *Mobile Banking* dikategorikan cukup baik namun perlu dimaksimalkan agar menjadi sangat baik.

Berikut tanggapan dari responden mengenai Layanan *Mobile Banking* pada PT. Bank SulutGo dapat dilihat pada Tabel 4.6 dibawah ini sebagai berikut :

**Tabel 4.6**  
**Instrumen Jawaban Responden Layanan *Mobile Banking***  
**Pada PT. Bank SulutGo**

INSTRUMEN JAWABAN LAYANAN MOBILE BANKING (X)												
Item	frekuensi (F) dan Presentase (%) Jawaban dari Responden										Mean	Kategori
	STS (1)		TS (2)		KS (3)		S (4)		SS (5)			
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
<b>Realibilitas</b>												
X. 1	17	55%	3	10%	11	35%	0	0%	0	0%	1,81	KB
X. 2	6	19%	5	16%	11	35%	2	6%	7	23%	2,97	CB
Mean indikator 1											2,39	KB
<b>Daya Tanggap</b>												
X. 3	1	3%	0	0%	2	6%	10	32%	18	58%	4,42	SB
X. 4	9	29%	5	16%	5	16%	7	23%	5	16%	2,81	CB
Mean Indikator 2											3,61	B
<b>Kompetensi</b>												
X. 5	4	13%	6	19%	10	32%	3	10%	8	26%	3,16	CB
X. 6	18	58%	4	13%	9	29%	0	0%	0	0%	1,71	TB
Mean Indikator 3											2,44	KB
<b>Akses</b>												
X. 7	15	48%	4	13%	12	39%	0	0%	0	0%	1,90	KB
X. 8	1	3%	0	0%	3	10%	16	52%	11	35%	4,16	B
Mean Indikator 4											3,03	CB
<b>Kesopanan</b>												
X. 9	7	45%	7	6%	6	48%	4	13%	7	0%	2,90	CB
X. 10	4	0%	4	0%	11	0%	3	10%	9	0%	3,29	CB
Mean Indikator 5											3,10	CB
<b>Komunikasi</b>												
X. 11	5	16%	5	16%	8	26%	5	16%	8	26%	3,19	CB
X. 12	14	45%	2	6%	15	48%	0	0%	0	0%	2,03	KB
Mean Indikator 6											2,61	KB
<b>Kredibilitas</b>												
X. 13	8	26%	7	23%	3	10%	3	10%	10	32%	3,00	CB
X. 14	14	45%	1	3%	15	48%	0	0%	1	3%	2,13	KB
Mean Indikator 7											2,56	KB
<b>Keamanan</b>												
X. 15	13	42%	2	6%	16	52%	0	0%	0	0%	2,10	KB
X. 16	3	10%	4	13%	10	32%	4	13%	10	32%	3,45	B
X. 17	2	6%	0	0%	3	10%	13	42%	13	42%	4,13	B
Mean Indikator 8											3,23	CB
<b>Memahami Pelanggan</b>												
X. 18	5	16%	8	26%	4	13%	2	6%	12	39%	3,26	CB
X. 19	6	19%	7	23%	6	19%	3	10%	9	29%	3,06	CB
X. 20	16	52%	3	10%	11	35%	0	0%	1	3%	1,94	KB
Mean Indikator 9											2,75	CB
<b>Bukti Fisik</b>												
X. 21	17	55%	3	10%	9	29%	2	6%	0	0%	1,87	KB
X. 22	4	13%	7	23%	10	32%	0	0%	10	32%	3,16	CB
Mean Indikator 10											2,52	KB
<b>Mean Variabel</b>											2,82	CB

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2025

## **2. Kepuasan Nasabah (Y)**

Kepuasan Nasabah ini akan menggambarkan penilaian para Nasabah mengenai hal seputar Kepuasan Nasabah yang berlaku di PT. Bank SulutGo. Variabel Kepuasan Nasabah diukur dari 15 item yang dibuat berdasarkan 5 indikator : 1) Kepuasan Pelanggan Keseluruhan, 2) Konfirmasi Harapan, 3) Minat Pembelian Ulang, 4) Kesiediaan Merekomendasi, 5) Ketidakpuasan Nasabah. Berikut jawaban dari responden mengenai Kepuasan Nasabah di PT. Taspen Persero Tbk. Area Manado.

Dari jawaban responden hasil analisis menunjukkan bahwa instrument jawaban responden Kepuasan Nasabah PT. Bank SulutGo dikategorikan baik. Dari hasil analisis 15 instrumen pertanyaan didapatkan nilai skor jawaban rata-rata sebesar (3,71) berada pada kategori baik. Ini berarti instrument jawaban responden variabel Kepuasan Nasabah dikategorikan baik namun perlu di maksimalkan lagi agar menjadi sangat baik. Untuk jelasnya dapat dilihat pada instrument jawaban responden mengenai Kepuasan Nasabah pada Tabel 4.7 dibawah ini.

**Tabel 4.7**  
**Instrumen Jawaban Responden Kepuasan Nasabah Pada**  
**PT. Bank SulutGo**

INSTRUMEN JAWABAN KEPUASAN NASABAH (Y)												
Item	frekuensi (F) dan Presentase (%) Jawaban dari Responden										Mean	Kategori
	STS (1)		TS (2)		RG (3)		S (4)		SS (5)			
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
<b>Kepuasan Pelanggan Keseluruhan</b>												
Y. 1	2	6%	3	10%	3	10%	6	19%	17	55%	4,06	B
Y. 2	11	35%	3	10%	14	45%	2	6%	1	3%	2,32	KB
Y. 3	0	0%	0	0%	2	6%	7	23%	22	71%	4,65	SB
Mean Indikator 1											<b>3,68</b>	B
<b>Konfirmasi Harapan</b>												
Y. 4	0	0%	1	3%	5	16%	5	16%	20	65%	4,42	SB
Y. 5	9	29%	5	16%	12	39%	5	16%	0	0%	2,42	KB
Y. 6	0	0%	0	0%	7	23%	2	6%	22	71%	4,48	SB
Mean Indikator 2											<b>3,77</b>	B
<b>Minat Pembelian Ulang</b>												
Y. 7	0	0%	0	0%	0	0%	6	19%	25	81%	4,81	SB
Y. 8	1	3%	0	0%	11	35%	0	0%	19	61%	4,16	B
Y. 9	8	26%	6	19%	12	39%	5	16%	0	0%	2,45	KB
Mean Indikator 3											<b>3,81</b>	B
<b>Kesediaan Merekomendasikan</b>												
Y. 10	0	0%	0	0%	0	0%	11	35%	20	65%	4,65	SB
Y. 11	9	29%	3	10%	16	52%	3	10%	0	0%	2,42	KB
Y. 12	0	0%	1	3%	6	19%	5	16%	19	61%	4,35	SB
Mean Indikator 4											<b>3,81</b>	B
<b>Ketidakpuasan Nasabah</b>												
Y. 13	11	35%	3	10%	11	35%	6	19%	0	0%	2,39	KB
Y. 14	1	3%	3	10%	6	19%	2	6%	19	61%	4,13	B
Y. 15	1	3%	3	10%	8	26%	2	6%	17	55%	4,00	CB
Mean Indikator 5											<b>3,51</b>	B
Mean Variabel											<b>3,71</b>	B

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2025

#### 4.2.4 Total Skor Layanan *Mobile Banking* dan Kepuasan Nasabah

Untuk mengetahui seberapa baik tanggapan responden terhadap variabel yang diteliti akan diuraikan sebagai berikut secara total dan presentase yang dihasilkan yang menggambarkan keadaan variabel Layanan *Mobile Banking* dan Kepuasan Nasabah dapat dilihat pada hasil analisis berikut ini :

##### 1. Total Skor Layanan *Mobile Banking* (X)

Untuk ini skor tertinggi = 5, jumlah item = 22 dan jumlah responden = 31, maka skor tertinggi =  $5 \times 22 \times 31 = 3410$ . Sedangkan jumlah skor total hasil analisis instrumen jawaban 31 responden variabel Layanan *Mobile Banking* (X)= 1936. Dengan demikian prosentase total instrumen jawaban 31 responden variabel

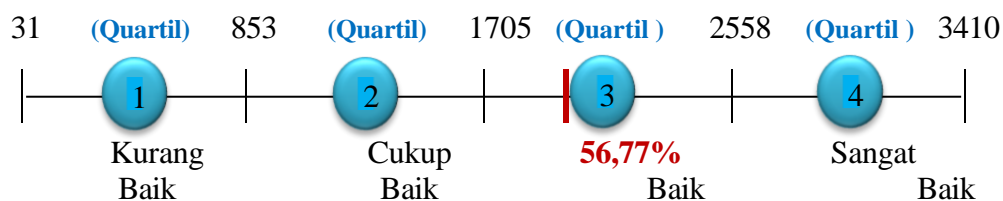
Layanan *Mobile Banking* yaitu :  $1936 : 3410 \times 100 = 56,77\%$ . Untuk jelasnya dapat dilihat pada tabel 4.8 sebagai berikut :

**Tabel 4.8**  
Presentase Total Skor Jawaban Instrumen Variabel Layanan *Mobile Banking* (X)

NO	ANALISA TOTAL SKOR X :	HASIL	KETERANGAN				
1	SKOR TERTINGGI	5					
2	JUMLAH PERTANYAAN	22					
3	JUMLAH RESPONDEN	31					
4	TOTAL SKOR JWB TERTINGGI (5)	3410	TTL SKOR TERTINGGI = 5 X 22 X 31 = 3410				
5	TOTAL SKOR JAWABAN	1936					
6	TOTAL SKOR PROSENTASE	56,7742					
7	QUARTIL (EMPAT BBN.YG SAMA)	852,5					
8	GARIS QUARTIL PEMBAHASAN	4	Q0	Q1	Q2	Q3	Q4
			0	853	1705	2558	3410

Sumber Data Pengolahan MS.Excel Tahun 2025

Hal ini secara kontinum dapat dibuat kategori penyebaran data dalam (Quartil) yang dapat dibagi atas empat bilangan angka yang sama sebagai berikut:



**Gambar 4.3**  
Total Skor Layanan *Mobile Banking* (X)

Dari Gambar 4.3 diatas Total skor instrumen jawaban variabel Layanan *Mobile Banking* (X) terletak di Quartil ketiga dengan angka yaitu 1936. Sedangkan hasil analisis prosentase total skor jawaban responden yaitu 56,77% termasuk pada kategori “cukup baik”. Hal ini menunjukkan bahwa Layanan *Mobile Banking* sudah baik namun masih terdapat Gap sebesar 43.23% yang perlu diperhatikan dan ditingkatkan agar dapat meningkatkan Kepuasan Nasabah pada PT. Bank SulutGo.

## 2. Total Skor Kepuasan Nasabah (Y)

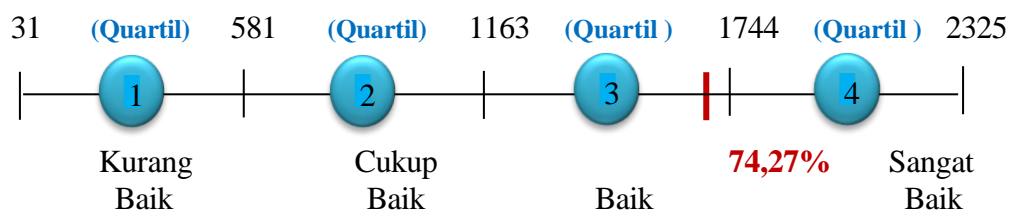
Untuk ini skor tertinggi = 5, jumlah item = 15 dan jumlah responden = 31, maka skor tertinggi =  $5 \times 15 \times 31 = 2325$ . Sedangkan jumlah skor total hasil analisis instrumen jawaban 31 responden variabel Kepuasan Nasabah (Y) = 1727. Dengan demikian presentase total instrumen jawaban 31 responden variabel Kepuasan Nasabah yaitu :  $1727 : 2325 \times 100 = 74,27\%$ . Untuk jelasnya dapat dilihat pada tabel 4.9 sebagai berikut :

**Tabel 4.9**  
**Presentase Total Skor Jawaban Instrumen Variabel Kepuasan Nasabah (Y)**

NO	ANALISA TOTAL SKOR X1 :	HASIL	KETERANGAN						
1	SKOR TERTINGGI	5							
2	JUMLAH PERTANYAAN	15							
3	JUMLAH RESPONDEN	31							
4	TOTAL SKOR JWAB TERTINGGI (5)	2325	TTL SKOR TERTINGGI = $5 \times 15 \times 31 = 2325$						
5	TOTAL SKOR JAWABAN	1727							
6	TOTAL SKOR PROSENTASE	74,2796							
7	QUARTIL (EMPAT BBGN.YG SAMA)	581,25							
8	GARIS QUARTIL PEMBAHASAN	4	Q0	Q1	Q2	Q3			Q4
			0	581	1163	1744			2325

Sumber Data Pengolahan MS.Excel Tahun 2025

Hal ini secara kontinum dapat dibuat kategori penyebaran data dalam (Quartil) yang dapat dibagi atas empat bilangan angka yang sama sebagai berikut:



**Gambar 4.4**  
**Total Skor Kepuasan Nasabah (Y)**

Dari Gambar 4.4 diatas Total skor instrumen jawaban variabel Kepuasan Nasabah (Y) terletak di Quartil ketiga dengan angka = 1727. Sedangkan hasil analisis prosentase total skor jawaban responden yaitu 74,27% termasuk pada kategori “baik”. Hal ini menunjukkan bahwa Kepuasan Nasabah sudah baik namun masih terdapat Gap sebesar 25,73% yang perlu dimaksimalkan dan ditingkatkan agar dapat meningkatkan Kepuasan Nasabah pada PT. Bank SulutGo.

#### 4.2.5 Uji Asumsi Klasik

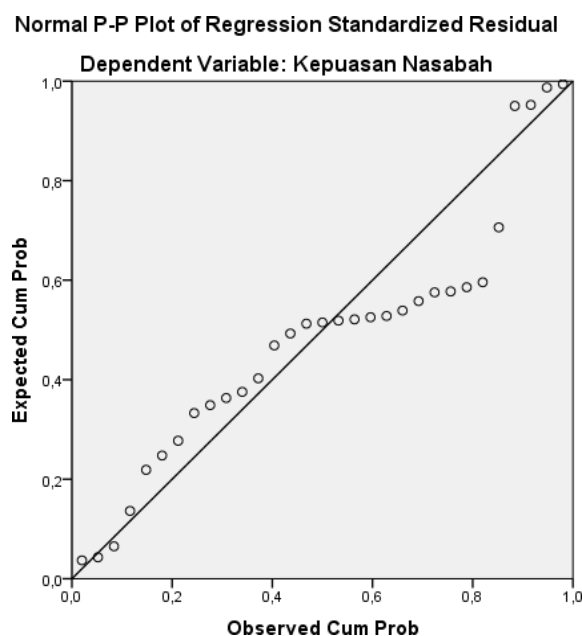
Pengujian asumsi klasik dilakukan untuk mengetahui kondisi data yang ada agar dapat menentukan model analisis yang tepat. Data yang digunakan sebagai model regresi berganda dalam menguji hipotesis haruslah menghindari kemungkinan terjadinya penyimpangan asumsi klasik yaitu 1) Data yang akan dikelolah harus memnyerbar normal serta harus linear, 2) Harus memenuhi uji Multikolinearitas dimana korelasi variabel independen yang sangat rendah, 3) Penyebaran data harus homoskedastisitas. Untuk jelasnya hasil analisisnya sebagai berikut :

##### 1. Uji Normalitas dan Linearitas

Syarat untuk melaksanakan penelitian kuantitatif sebelum menganalisis variabel independen dalam hal ini data harus berdistribusi secara normal. Pengujian Normalitas menggunakan P-P Plot Kepuasan Nasabah (Y) dan variabel dependen dalam hal ini Layanan *Mobile Banking* (X) harus memenuhi kriteria dimana data harus menyebar dan mengikuti garis diagonal.

Apabila hasil analisis data distribusi normal maka data tersebut layak untuk dianalisis secara kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi dan korelasi. Dari Gambar 4.5 dibawah terlihat bahwa data ini layak untuk dianalisis karena

penyebaran data berdistribusi normal dimana datanya menyebar dan mengikuti garis diagonal. Ini menunjukkan variabel Layanan *Mobile Banking* (X) serta variabel Kepuasan Nasabah (Y) penyebarannya adalah normal berdasarkan jawaban responden melalui instrument penelitian yang dilaksanakan berupa kuesioner yang dibagikan kepada Nasabah dan layak untuk dianalisis dalam memecakan masalah dalam penelitian ini. Seperti terlihat dalam Gambar 4.5 Grafik Normal P-P Plot Di Bawah Ini.



**Gambar 4.5**  
**Grafik Korelasi dan Regresi Sederhana**  
**Variabel Layanan *Mobile Banking* X Terhadap**  
**Kepuasan Nasabah Y**

Sumber : Hasil Analisis Data SPSS Tahun 2025

#### 4.2.6 Hasil Analisis Korelasi dan Regresi Sederhana

Kepuasan nasabah dapat dipengaruhi banyak faktor, baik faktor internal maupun faktor eksternal perusahaan. Dalam studi pustaka yang diuraikan pada Bab 2 telah diketahui bahwa variabel-variabel yang menjadi bagian dari model

penelitian ini saling berinteraksi secara kompleks. Untuk itu perlu dianalisis hubungan antara setiap variabel yang menjadi bagian dari model penelitian ini.

Dengan menggunakan kuesioner (terlampir) yang diberikan kepada 31 nasabah pada PT. Bank SulutGo diperoleh data dan ditabulasi menurut variabel penelitian. Data yang terkelompok menurut variabel tersebut dianalisis dengan bantuan Aplikasi SPSS Versi 26.

Hasil analisis antar variabel Layanan *Mobile Banking* (X) dan Kepuasan Nasabah (Y) dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

### 1. Hasil Analisis Korelasi dan Regresi Sederhana Variabel Layanan *Mobile Banking* X dan Kepuasan Nasabah Y

Pada tabel ini disajikan hasil analisis regresi dan korelasi secara parsial untuk mengetahui hubungan, pengaruh serta koefisien determinasi antara Layanan *Mobile Banking* (X) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) pada PT. Bank SulutGo. Disamping itu juga hasil analisis ini menggunakan program Statistik SPSS Versi 26 seperti terlihat pada Tabel 4.10 berikut ini :

**Tabel 4.10**  
**Model Summary Korelasi dan Regresi Sederhana Layanan *Mobile Banking* (X)**  
**Terhadap Kepuasan Nasabah (Y)**

		Correlations	
		Kepuasan Nasabah	Layanan <i>Mobile Banking</i>
<b>Pearson Correlation</b>	Kepuasan Nasabah	1.000	.733
	Layanan Mobile Banking	.773	1.000
<b>Sig. (1-tailed)</b>	Kepuasan Nasabah	.	.000
	Layanan Mobile Banking	.000	.
<b>N</b>	Kepuasan Nasabah	31	31
	Layanan Mobile Banking	31	31

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
<b>1</b>	(Constant)	27.06	4.567		5.925	.000		
	Layanan <i>Mobile Banking</i>	.459	.070	.773	6.576	.000	1.000	1.000

**a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah**

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
<b>1</b>	.773 <sup>a</sup>	.598	.584	7.621	

**a. Predictors: (Constant), Layanan *Mobile Banking***  
**b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah**

ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
<b>1</b> Regression	2511.911	1	2511.911	43.245	.000 <sup>b</sup>
Residual	1684.476	30	58.085		
Total	4196.387	31			

**a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah**

Sumber: Hasil Analisis Data SPSS Tahun 2025

Untuk lebih jelasnya mengenai hasil analisis korelasi dan regresi antara variabel *Layanan Mobile Banking* (X) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) dalam penelitian ini didapat nilai koefisien korelasi  $r = 0,773$  menunjukkan bahwa *Layanan Mobile Banking* Memiliki Hubungan Cukup Kuat Dan Signifikan terhadap peningkatan Kepuasan Nasabah PT. Bank SulutGo. Nilai koefisien determinasi *R Square* yaitu  $r^2 = 0,598$  menunjukkan bahwa variasi Kepuasan Nasabah pada PT. Bank SulutGo 59,8% dipengaruhi oleh *Layanan Mobile Banking*, sedangkan sisanya 40,2% dipengaruhi faktor lain.

Persamaan regresi antar variabel *Layanan Mobile Banking* terhadap Kepuasan Nasabah adalah  $Y = 27,06 + 0,46 X$  menunjukkan pengaruh yang positif. Hasil

persamaan ini menunjukkan bahwa peningkatan Kepuasan Nasabah ditentukan oleh Layanan *Mobile Banking* pada PT. Bank SulutGo dengan konstanta sebesar 27,06 dan koefisien regresi variabel X sebesar 0,46 signifikan pada  $\alpha = 0,05$  dengan nilai P yang sangat kecil. Jadi apabila Layanan *Mobile Banking* ditingkatkan satu satuan maka akan meningkatkan Kepuasan Nasabah pada PT. Bank SulutGo menjadi sebesar 27,52. Sebaliknya, jika Layanan *Mobile Banking* dikurangi satu satuan maka Kepuasan Nasabah akan menurun menjadi sebesar 26,60. *Intercept* yang dihasilkan dari hasil analisis sebesar 25,92 berarti tanpa adanya variabel Layanan *Mobile Banking* besar skor Kepuasan Nasabah adalah 25,92. Disini bisa terlihat apabila terjadi peningkatan variabel Layanan *Mobile Banking* maka akan berdampak terhadap peningkatan variable Kepuasan Nasabah, peningkatan tersebut dapat dilihat pada Tabel 4.11, sebagai berikut :

**Tabel 4.11**  
**Peningkatan Secara Parsial Layanan *Mobile Banking* (X)**  
**Terhadap Kepuasan Nasabah (Y)**

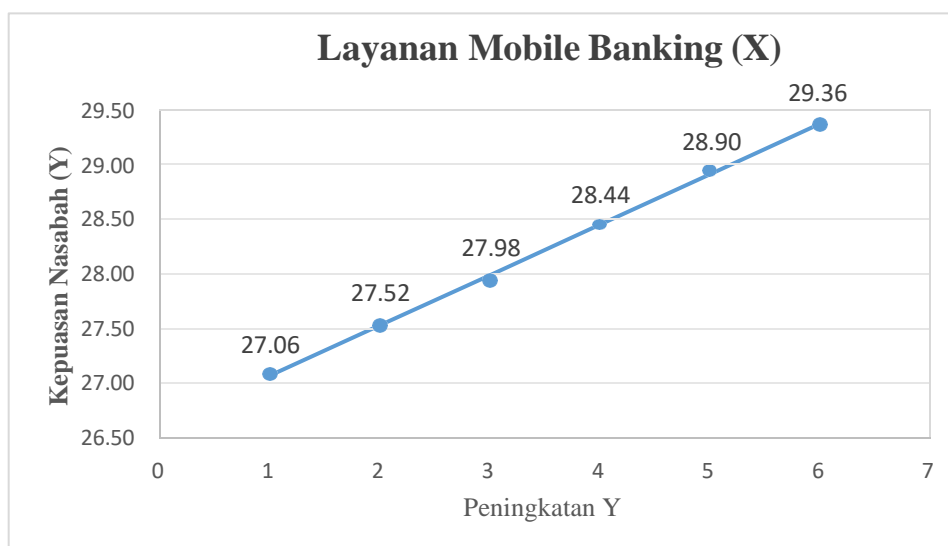
No	Nilai X	Peningkatan Nilai Y	Penurunan Nilai Y
1	X = 0	27,06	27,06
2	X = 1	27,52	26,60
3	X = 2	27,98	26,14
4	X = 3	28,44	25,68
5	X = 4	28,90	25,22
6	X = 5	29,36	24,76

*Sumber : Hasil Olahan Data 2025*

Dari Tabel 4.12 diatas terlihat setiap peningkatan satu satuan variabel Layanan *Mobile Banking* secara parsial akan selalu mampu meningkatkan Kepuasan Nasabah. Untuk itu PT. Bank SulutGo harus selalu memperhatikan bahkan harus berupaya untuk meningkatkan Layanan *Mobile Banking* agar mampu

meningkatkan Kepuasan Nasabah yang ada di PT. Bank SulutGo dalam menjalankan tugas administrasi yang diberikan pada setiap unit kerja yang ada.

Dari Gambar 4.6 Grafik *line chart* dibawah dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Layanan *Mobile Banking* terhadap peningkatan Kepuasan Nasabah. Dengan demikian hipotesis pertama : "Terdapat pengaruh yang signifikan Layanan *Mobile Banking* secara parsial terhadap peningkatan Kepuasan Nasabah pada PT. Bank SulutGo". dapat diterima. Untuk jelasnya peningkatan Kepuasan Nasabah akibat baiknya Layanan *Mobile Banking* dapat dilihat dari *Grafic line chart* pada Gambar 4.6 berikut ini :



Sumber : Hasil Analisis Data SPSS Tahun 2025

**Gambar 4.6**  
Pengaruh Variabel Layanan *Mobile Banking* (X) Terhadap  
Peningkatan Variabel Kepuasan Nasabah (Y)

#### 4.2.7 Pengujian Hipotesis Uji t

Uji koefisien regresi dilakukan dengan tujuan untuk menguji signifikan hubungan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y) baik secara parsial

maupun simultan. Uji t dilakukan untuk menguji signifikan hubungan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y) secara parsial.

### 1. Uji Hipotesis Pertama Secara Parsial (Uji t) Layanan *Mobile Banking* X Terhadap Kepuasan Nasabah Y

Uji statistik t pada dasarnya digunakan untuk melihat pengaruh variabel *independent* terhadap variabel *dependent* secara parsial. Dimana pada penelitian ini untuk melihat hubungan variable Layanan *Mobile Banking* X terhadap Kepuasan Nasabah Y Nasabah PT. Bank SulutGo secara parsial digunakan analisis korelasi dan regresi sederhana. Untuk mengetahui serta menguji Hipotesis pertama dapat dilihat dari output SPSS Versi 26 sebagai berikut :

**Tabel 4.12**  
Summary Output Coefficients Variabel Layanan *Mobile Banking* (X)  
Terhadap Kepuasan Nasabah (Y)

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	27.057	4.567		5.925	.000		
	Layanan <i>Mobile Banking</i>	.459	.070	.773	6.576	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Hasil Analisis Data SPSS tahun 2025

Berdasarkan Tabel 4.12 di atas, di dapat nilai koefisien regresi untuk uji secara parsial variabel Layanan *Mobile Banking* (X) terhadap Kepuasan Nasabah (Y). Dengan menggunakan t-test, diperoleh nilai **t** hitung variabel Layanan *Mobile Banking* (X) sebesar 6,576 sedangkan **t** tabel pada taraf kepercayaan 95% (signifikansi 5% atau 0,05) dan derajat bebas (df) = N-k-1 = 31-1-1 = 29 dimana N = jumlah sampel, dan k = jumlah variabel independen adalah sebesar 2,045 dengan demikian t hitung = 6,576 > t tabel = 2,045 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 (sig < 0,05). Berdasarkan analisis di atas disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang

positif dan signifikan antara variabel Layanan *Mobile Banking* (X) dengan Kepuasan Nasabah (Y) pada PT. Bank SulutGo secara parsial dengan membentuk hubungan linier dan prediktif melalui garis regresi  $\hat{Y} = 27,057 + 0,459 X$ . Hal ini menunjukkan hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak dan  $H_a$  diterima, sehingga penelitian ini telah teruji secara empiris.

Dengan membandingkan  $t_{tabel}$  dan  $t_{hitung}$  untuk menentukan **Hipotesis 1** pada uji t yaitu :

$H_0: \beta_1 \leq 0$  (Layanan *Mobile Banking* secara parsial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan Kepuasan Nasabah pada PT. Bank SulutGo)

$H_a: \beta_1 > 0$  (Layanan *Mobile Banking* secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan Kepuasan Nasabah pada PT. Bank SulutGo)

Bila  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima  $H_a$  ditolak, jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima. Variabel Layanan *Mobile Banking* dengan  $t_{hitung}$  6,576 lebih besar dari  $t_{tabel}$  2,045 yang berarti variabel Layanan *Mobile Banking* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank SulutGo.

## 4.3 Pembahasan

### 4.3.1 Gambaran Layanan *Mobile Banking*

Layanan *Mobile Banking* merupakan salah satu inovasi teknologi yang dihadirkan oleh Bank untuk memudahkan nasabah dalam melakukan sebagai transaksi perbankan secara cepat, praktis, dan aman melalui perangkat smartphone. Melalui layanan ini, nasabah dapat mengakses fitur-fitur utama seperti pengecekan

saldo, transfer dana antar rekening, pembayaran tagihan listrik, air, telepon, serta pembelian pulsa dan paket data kapan saja dan dimana saja tanpa harus datang ke ATM apa lagi harus ke kantor. Namun dalam beberapa Layanan *Mobile Banking* masih ditemukan adanya masalah yang membuat aplikasi dari layanan tersebut menjadi kurang efisien. Dalam melayani nasabah melalui digitalisasi, Layanan *Mobile Banking* harus melekat pada semua nasabah yang menggunakan layanan digital dari Bank itu sendiri agar supaya Kepuasan yang nasabah rasakan dapat meningkat dan visi & misi atau tujuan bersama perusahaan akan tercapai.

Hal ini sejalan dengan pendapat Keetmanshoop (2022), yang menyatakan bahwa Layanan *Mobile Banking* merupakan salah satu inovasi penting untuk memudahkan nasabah melakukan transaksi dengan cepat, praktis, dan aman melalui, *smartphone*. Apabila layanan digital bisa berjalan dengan lancar dan sesuai harapan nasabah seperti mudah diakses, cepat dalam proses, dan aman maka kepuasan pelanggan akan meningkat dengan signifikan. Sebaliknya, jika muncul kendala teknis atau kesulitan dalam penggunaan, hal ini justru akan mengurangi efisiensi layanan dan membuat kepuasan nasabah menurun.

Bank SulutGo merupakan Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) yang di beri tugas untuk mendukung pembangunan ekonomi daerah Sulawesi Utara dan Gorontalo dengan menyediakan layanan perbankan yang andal dan inovatif. Faktor yang harus terus dikembangkan PT. Bank SulutGo adalah transformasi layanan digital secara menyeluruh sebagai faktor penting yang harus dikembangkan oleh perusahaan untuk meningkatkan efisiensi, kemudahan akses, keamanan transaksi, dan kepuasan bagi nasabah, karena untuk mencapai tujuan perusahaan khususnya

Kepuasan Nasabah diperlukan layanan yang baik dan tepat. Untuk meningkatkan Kepuasan Nasabah maka Layanan *Mobile Banking* harus diperhatikan oleh perusahaan. Masih terdapat masalah dalam penerapan Layanan *Mobile Banking* di PT. Bank Sulut antara lain : 1.) Nasabah sulit mengakses semua fitur secara terintegrasi dan proses penyelesaian masalah jadi lebih lambat akibat sistem terpisah, 2.) efisiensi navigasi system penggunaan dua aplikasi membuat proses jadi lebih lama, tidak praktis, dan membingungkan pengguna, 3.) Kemudahan login atau switching antar aplikasi, pengguna harus login secara terpisah, bikin akses menjadi lambat dan tidak praktis, 4.) hambatan dalam mendapatkan notifikasi dan update penting bisa tepecah, 5.) pengguna meragukan kredibilitas bank karena layanan terpecah, seolah sistem tidak terintegrasi dengan baik, 6.) ketidakjelasan system proteksi ganda, tidak ada kepastian apakah kedua aplikasi punya perlindungan yang setara, sehingga nasabah meragukan perlindungan menyeluruh, 7.) kurangnya pemahaman preferensi nasabah yang ingin serba praktis terintegrasi, dan lebih modern menandakan minimnya empati terhadap kenyamanan nasabah, 8.) fasilitas layanan membuat hasil mutase atau bukti fisik transaksi tersebar di dua aplikasi, sehingga sulit dicek dan tidak prakttis. Hal ini berdampak pada Kepuasan Nasabah PT. Bank SulutGo.

Hasil temuan penelitian dimana dari 10 indikator ternyata Layanan *Mobile Banking* akan nasabah yang ada di PT. Bank SulutGo sudah baik dalam penerapannya tetapi di temukan masih belum maksimalnya penerapan Layanan *Mobile Banking* pada PT. Bank SulutGo. Hal ini dapat dilihat dari hasil analisis ke sepuluh indikator adalah baik. Dari hasil analisis terhadap sepuluh indikator

Layanan *Mobile Banking* sudah dikategorikan baik. Hal ini dapat dilihat dari hasil analisis ke sepuluh indikator terdapat satu indikator tidak baik, empat belas indikator cukup baik, empat indikator baik, satu indikator dikategorikan sangat baik dan dua belas indikator dikategorikan kurang baik yaitu sebagai berikut : 1) Reabilitas yaitu 2,39 dikategorikan kurang baik , 2) Daya Tanggap yaitu 3,61 dikategorikan baik, 3) Kompetensi yaitu 2,44 dikategorikan kurang baik, 4) Akses yaitu 3,03 dikategorikan cukup baik, dan 5) Kesopanan yaitu 3,10 dikategorikan cukup baik, 6) Komunikasi yaitu 2,61 dikategorikan kurang baik, 7) Kredibilitas yaitu 2,56 dikategorikan kurang baik, 8) Keamanan yaitu 3,23 dikategorikan cukup baik, 9) Memahami Pelanggan yaitu 2,75 dikategorikan cukup baik, dan 10) Bukti Fisik yaitu 2,52 dikategorikan kurang baik. Namun secara keseluruhan Layanan *Mobile Banking* di PT. Bank SulutGo dikategorikan cukup baik dengan nilai 2,82.

Temuan ini juga diperkuat dengan hasil analisis Total skor Variabel Layanan *Mobile Banking* di PT. Bank SulutGo sebesar 56,77% yang berada di kuartil ke-2 yang dikategorikan cukup baik, walau masih terdapat Gap sebesar 43,23%.

Dari kajian serta temuan diatas bahwa Layanan *Mobile Banking* di PT. Bank SulutGo sudah cukup baik namun masih perlu ditingkatkan lagi karena masih ada sub indikator yang kurang baik agar mampu menunjang berbagai system kerja dalam mencapai tujuan perusahaan.

#### **4.3.2 Gambaran Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank SulutGo**

Kepuasan merupakan gambaran tentang seberapa baik layanan dan produk bank memenuhi harapan serta kebutuhan nasabah, yang juga tentunya berdampak

langsung pada loyalitas (*Loyalty*) dan minat menggunakan Kembali (*Interest in Reuse*). Bagi perusahaan Kepuasan dapat ditingkatkan dengan adanya dukungan dari manajemen yang profesional dan tepat, sistem layanan aplikasi yang mudah digunakan, sistem keamanan yang kuat, serta ke efisiensi layanan digital dalam memotivasi nasabah agar merasa puas dengan layanan tersebut. Keberhasilan perusahaan dipengaruhi oleh efisiensi operasional dan teknologi yang mendukung dan mampu berinovasi. Layanan digital yang efektif dan efisien sangat penting untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi secara keseluruhan. Kepuasan Nasabah adalah salah satu perhatian utama untuk menjaga loyalitas, meningkatkan reputasi perusahaan, dan mendukung pertumbuhan bisnis secara keseluruhan.

Kepuasan nasabah (*customer satisfaction*) berasal dari istilah "satisfaction" yang berarti rasa terpenuhi. Konsep ini berkembang berdasarkan pengamatan bahwa kepuasan pelanggan terbentuk dari evaluasi perbandingan antara ekspektasi pelanggan sebelum menggunakan produk atau layanan dengan persepsi mereka terhadap pengalaman sesungguhnya. Menurut Zeithaml, Bitner, dan Gremler (2024), menyatakan bahwa : "Kepuasan nasabah sangat dipengaruhi oleh kualitas layanan, keamanan, dan kemudahan akses, terutama di era digital saat ini". Selanjutnya Menurut (Alkire et al., 2021), menyatakan bahwa "Kepuasan tinggi mendorong penggunaan layanan jangka panjang, sehingga menciptakan kepuasan melalui layanan berkualitas tinggi membangun loyalitas nasabah".

Pelaksanaan peningkatan Kepuasan Nasabah pada PT. Bank SulutGo masih terdapat hambatan karena : 1.) minat untuk terus menggunakan kembali layanan, efisiensi rendah membuat kurangnya minat untuk bertahan atau menggunakan

*Mobile Banking* tersebut, 2.) perasaan puas setelah menggunakan produk, nasabah kecewa karena pengalaman penggunaan layanan yang tidak sesuai harapan awal terhadap layanan digital modern, 3.) efisiensi rendah mengurangi kepercayaan nasabah sehingga kurang yakin untuk terus mengulang transaksi, 4.) sistem yang tidak terintegrasi membuat nasabah merasa layanan belum siap direkomendasikan, 5.) ketidakpuasan nasabah pada harapan aplikasi yang praktis tidak terpenuhi, membuat pengalaman menjadi mengecewakan. Karena hal itulah perlu diadakan peningkatan Kepuasan Nasabah pada PT. Bank SulutGo.

Hasil temuan penelitian dimana dari 5 indikator ternyata Kepuasan Nasabah yang ada di PT. Bank SulutGo sudah baik dalam penerapannya tetapi belum maksimal. Hal ini dapat dilihat dari hasil analisis terdapat lima indikator kurang baik, satu indikator cukup baik, tujuh indikator indikator baik, enam indikator sangat baik yaitu sebagai berikut : 1) kepuasan pelanggan keseluruhan 3,68 dikategorikan baik, 2) kkonfirmasi harapan yaitu 3,77 dikategorikan baik, 3) minat pembelian ulang 3,81 dikategorikan baik, 4) kesediaan merekomendasi 3,81 dikategorikan Baik, dan 5) ketidakpuasan nasabah yaitu 3,51 dikategorikan baik. Namun secara keseluruhan Kepuasan Nasabah di PT. Bank SulutGo dikategorikan baik dengan nilai 3,71.

Temuan ini juga diperkuat dengan hasil analisis Total skor Variabel Kepuasan Nasabah di PT. Bank SulutGo sebesar 74,27% yang berada di kuartil ke-3 yang dikategorikan baik walau masih terdapat Gap sebesar 25,73 % yang perlu ditingkatkan agar, Kepuasan Nasabah di PT. Bank SulutGo lebih dimaksimalkan agar menjadi sangat baik.

Dari kajian serta temuan diatas bahwa Kepuasan Nasabah di PT. Bank SulutGo sudah baik berdasarkan sub-sub indikator yang ada namun masih perlu dimaksimalkan karena kurang mampu membantu kurangnya kelancaran dari berbagai harapan dan kenyamanan nasabah dalam mencapai tujuan perusahaan.

#### **4.3.3 Pengaruh Layanan *Mobile Banking* (X) Terhadap Kepuasan Nasabah (Y)**

Layanan *Mobile Banking* yang baik mencerminkan komitmen bank terhadap kepuasan nasabah melalui pengalaman digital yang aman, mudah, dan bernilai tambah. Hal ini juga menunjukkan kemampuan transformasi digital bank dalam mengikuti perkembangan teknologi dan ekspektasi nasabah modern. Oleh karena itu, setiap bank harus selalu beradaptasi agar sistem dari layanan digital perusahaan bukan lagi sekedar fasilitas tambahann, melainkan kebutuhan strategis yang menentukan keberlangsungan dan pertumbuhan bank di masa depan dikarenakan mempunyai Layanan *Mobile Banking* yang baik. Layanan *Mobile Banking* boleh dikatakan efektif dan efisien, jika mampu memberikan value maksimal kepada nasabah dan bank dengan penggunaan sumber daya yang optimal. Untuk memelihara dan meningkatkan Layanan *Mobile Banking* yang baik adalah hal yang sulit. Karena banyak faktor yang mempengaruhinya. Layanan *Mobile Banking* kerja pada ekosistem teknologi terintegrasi, adalah untuk menciptakan keunggulan kompetitif berkelanjutan (Sustainable Competitive Advantage) melalui pengalaman pelangganyang unggul, keunggulan oprasional (Oprational Excellence), dan kemampuan inovasi (Innovation Capability) yang didukung oleh

teknologi terintegrasi. Agar sistem layanan digital dapat berkualitas dan memiliki Kepuasan yang tinggi, maka perusahaan perlu memikirkan strategi pengembangan sistem yang berpusat pada kebutuhan nasabah agar bisa meningkatkan Kepuasan Nasabah. Hal ini Thakur (2014), menyatakan bahwa : “Kemudahan pengoperasian *Mobile Banking* memiliki hubungan positif yang langsung terhadap kepuasan nasabah”.

Layanan *Mobile Banking* adalah layanan perbankan yang mudah dioperasikan lewat perangkat mobile, yang memungkinkan nasabah melakukan transaksi dan mengakses produk digital bank dengan praktis dan cepat sehingga langsung meningkatkan kepuasan nasabah. Selain itu, Layanan *Mobile Banking* bagi perusahaan merupakan kemudahan pengelolaan keuangan secara cepat dan efisien tanpa harus pergi ke ATM atau kantor, yang secara tidak langsung mampu mengurangi penggunaan waktu dan biaya oprasional bagi nasabah. Untuk itu PT. Bank SulutGo sebagai Perbankan yang selalu terkait dengan penerapan ilmu dan teknologi perlu meningkatkan Layanan *Mobile Banking* melalui meingintegrasikan teknologi digital terkini yang mempermudah akses bagi nasabah. Hal ini juga sejalan dengan Hasil penelitian yang dilakukan Ebuete et al., (2020), tentang teknologi telah menjadi katalisator utama dalam transformasi ini, menciptakan berbagai peluang inovatif sekaligus menghadirkan tantangan baru bagi lembaga perbankan tradisional. Bahkan menurut Purnomo et al., (2020), peningkatan layanan telah menjadi kebutuhan mutlak bagi institusi perbankan karena nasabah kini mengharapkan layanan yang cepat, mudah, fleksibel, nyaman, dan tersedia sepanjang waktu sehingga transformasi digital menjadi sebuah keharusan.

Analisis mengenai pengaruh layanan *Mobile Banking* terhadap peningkatan kepuasan nasabah di PT. Bank SulutGo menunjukkan adanya korelasi yang signifikan antara kedua variabel tersebut. Secara keseluruhan, layanan *Mobile Banking* di PT. Bank SulutGo dikategorikan dalam tingkat yang cukup baik, dengan rentang skor antara 2,62 hingga 3,40 dan nilai rata-rata (mean) sebesar 2,82. Meskipun demikian, layanan ini belum sepenuhnya optimal, karena masih terdapat sejumlah permasalahan yang berulang. Berdasarkan hasil instrumen penelitian, penerapan layanan *Mobile Banking* oleh nasabah PT. Bank SulutGo sudah berjalan dengan baik, namun masih terdapat kesenjangan kecil yang perlu diperbaiki. Beberapa permasalahan yang ditemukan antara lain: 1) nasabah mengalami kesulitan dalam mengakses seluruh fitur secara terintegrasi, sehingga proses penyelesaian masalah menjadi lebih lambat akibat sistem yang terpisah; 2) efisiensi navigasi sistem yang kurang optimal, di mana penggunaan dua aplikasi berbeda menyebabkan proses menjadi lebih lama, tidak praktis, dan membingungkan bagi pengguna; 3) kemudahan dalam proses login atau perpindahan antar aplikasi yang masih kurang, karena pengguna harus melakukan login secara terpisah sehingga akses menjadi lambat dan tidak praktis; 4) hambatan dalam menerima notifikasi dan pembaruan penting yang terpecah di antara aplikasi;

5) keraguan pengguna terhadap kredibilitas bank akibat layanan yang terfragmentasi, seolah-olah sistem tidak terintegrasi dengan baik; 6) ketidakjelasan mengenai sistem proteksi ganda, sehingga tidak ada kepastian apakah kedua aplikasi memiliki perlindungan yang setara, yang menimbulkan keraguan nasabah terhadap perlindungan menyeluruh; 7) kurangnya pemahaman terhadap preferensi

nasabah yang menginginkan layanan yang praktis, terintegrasi, dan modern, yang mencerminkan minimnya empati terhadap kenyamanan nasabah; serta 8) fasilitas layanan yang menyebabkan hasil mutasi atau bukti transaksi tersebar di dua aplikasi, sehingga menyulitkan pengecekan dan mengurangi kepraktisan.

Ketidaksempurnaan dalam penerapan layanan *Mobile Banking* ini berpotensi menurunkan tingkat kepuasan nasabah di PT. Bank SulutGo. Oleh karena itu, diperlukan upaya pemberdayaan dan perbaikan layanan, antara lain dengan: 1) Integrasi seluruh fitur ke dalam satu aplikasi terpadu, 2) Perancangan ulang antarmuka agar lebih sederhana dan efisien, 3) Penyederhanaan proses login dengan sistem *single sign-on*, 4) Optimalisasi notifikasi *real-time*, 5) Penguatan kredibilitas melalui komunikasi transparan, 6) Penegasan standar keamanan yang konsisten, 7) Riset berkala untuk memahami kebutuhan nasabah juga penting dilakukan, 8) Penyatuan fasilitas transaksi dalam satu aplikasi akan meningkatkan kemudahan dan kepraktisan bagi nasabah. Dengan langkah-langkah tersebut, kualitas layanan *Mobile Banking* di PT. Bank SulutGo dapat meningkat signifikan dan berdampak positif pada kepuasan nasabah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan sebelumnya, di mana instrumen jawaban terkait Layanan *Mobile Banking* pada PT. Bank SulutGo telah dikategorikan cukup baik. Berdasarkan analisis persentase, total skor Layanan *Mobile Banking* mencapai 56,77%, yang menunjukkan kategori “cukup baik”, meskipun masih terdapat kesenjangan sebesar 43,23% yang perlu dioptimalkan agar layanan dapat berfungsi secara maksimal dalam meningkatkan kepuasan nasabah. Koefisien regresi pada masing-masing variabel bebas menunjukkan arah

positif dan memiliki nilai signifikansi di bawah 0,05. Hal ini menegaskan bahwa variabel bebas Layanan *Mobile Banking* dalam penelitian ini memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Kepuasan Nasabah.

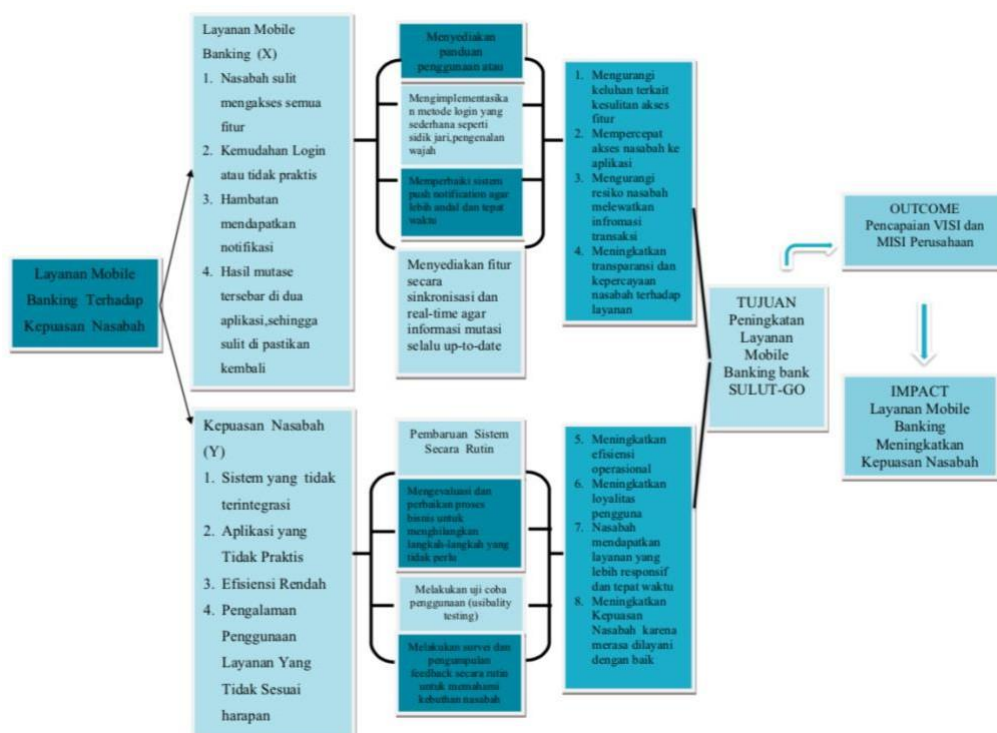
Hasil pengolahan data menggunakan SPSS 26 menghasilkan nilai thitung sebesar 6,576 dengan signifikansi 0,000. Karena nilai thitung (6,576) lebih besar dibandingkan nilai ttabel (2,045) dengan signifikansi  $< 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan yang nyata (signifikan) pada kelompok yang diuji. Secara parsial, Layanan *Mobile Banking* terbukti berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank SulutGo. Analisis korelasi menunjukkan nilai  $r = 0,773$  yang dikategorikan memiliki hubungan kuat dan positif antara Layanan *Mobile Banking* dan Kepuasan Nasabah. Nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,598 mengindikasikan bahwa 59,8% variasi Kepuasan Nasabah dipengaruhi oleh variasi Layanan *Mobile Banking*, sedangkan 40,2% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam model penelitian. Lebih lanjut, hasil analisis regresi menunjukkan nilai signifikansi 0,000 dengan koefisien regresi positif sebesar 0,459. Nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 mengindikasikan penolakan  $H_0$  dan penerimaan  $H_1$ , yang berarti Layanan *Mobile Banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Dengan demikian, semakin baik kualitas layanan *Mobile Banking*, semakin tinggi pula tingkat kepuasan nasabah PT. Bank SulutGo, dan sebaliknya.

Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan kepuasan nasabah dapat dicapai melalui peningkatan kualitas Layanan *Mobile Banking*, khususnya pada aspek : 1) Kemudahan akses layanan, 2) Kecepatan layanan dan transaksi, 3)

Keamanan transaksi, 4) Integrasi fitur dalam satu platform, 5) Responsivitas terhadap kebutuhan dan preferensi nasabah. Implementasi strategi peningkatan pada kelima aspek tersebut diharapkan dapat meningkatkan kepuasan nasabah serta mendukung pencapaian tujuan perusahaan secara keseluruhan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa secara parsial Layanan *Mobile Banking* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan kepuasan nasabah. Artinya, setiap peningkatan kualitas layanan *Mobile Banking* akan berdampak langsung pada peningkatan kepuasan nasabah PT. Bank SulutGo.

#### **4.4 Implementasi**

Untuk meningkatkan tingkat Kepuasan Nasabah, terdapat beberapa langkah strategis yang perlu dilakukan oleh perusahaan terkait optimalisasi Layanan *Mobile Banking* pada PT. Bank SulutGo. Gagasan penulis ini bertujuan memaksimalkan proses pelayanan melalui platform *Mobile Banking* sehingga dapat secara signifikan meningkatkan kepuasan nasabah. Rancangan implementasi tersebut dapat digambarkan melalui bagan berikut :



Sumber : Hasil Olahan Data 2025

**Gambar 4.7**  
**Model Implementasi Layanan *Mobile Banking* (X) Untuk**  
**Meningkatkan Variabel Kepuasan Nasabah (Y)**

Untuk lebih jelasnya mengenai bagan implementasi Layanan *Mobile Banking* (X) dan Kepuasan (Y) maka diuraikan penerapan hasil penelitian kedua variabel tersebut sebagai berikut :

#### 4.4.1 Penerapan Hasil Penelitian Variabel Layanan *Mobile Banking* (X)

Penerapan standar Layanan *Mobile Banking* pada PT. Bank SulutGo merupakan aspek yang sangat krusial dalam mendukung aktivitas transaksi harian nasabah. Sebagai penyedia layanan, PT. Bank SulutGo memiliki tanggung jawab untuk memastikan bahwa setiap layanan yang diberikan memenuhi standar kualitas tinggi, sehingga nasabah dapat merasakan pengalaman transaksi yang cepat, aman, dan nyaman. Dalam konteks layanan digital, kualitas *Mobile Banking* tidak hanya

diukur dari fungsionalitas aplikasi, melainkan juga mencakup keandalan sistem, kemudahan navigasi, kenyamanan antarmuka pengguna, serta konsistensi kinerja dalam berbagai kondisi jaringan. Oleh karena itu, PT. Bank SulutGo perlu memastikan pembaruan sistem dilakukan secara berkala untuk menjaga stabilitas, keamanan, serta kompatibilitas aplikasi dengan perkembangan teknologi terkini.

Menurut Fandi dan Kusuma (2021), layanan yang berorientasi pada pengalaman pengguna digital, seperti kemudahan navigasi dan kecepatan dalam merespons permasalahan, memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan kepuasan nasabah. Sejalan dengan hal tersebut, Wibowo dan Rahmawati (2024) menegaskan pentingnya pemanfaatan teknologi berbasis kecerdasan buatan untuk mendukung kemampuan layanan digital dalam mendeteksi dan menyelesaikan kendala nasabah secara real-time, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas nasabah.

Upaya peningkatan Layanan *Mobile Banking* secara umum bertujuan untuk menciptakan pengalaman transaksi yang lebih cepat, aman, dan praktis bagi nasabah. Secara khusus, tujuan ini juga mencakup pembangunan hubungan yang erat antara nasabah dan bank melalui peningkatan kepercayaan, kenyamanan, serta loyalitas. Penilaian terhadap kualitas layanan *Mobile Banking* menjadi landasan penting dalam mengukur sejauh mana layanan tersebut mampu menciptakan kepuasan dan kepercayaan nasabah.

Layanan *Mobile Banking* memiliki peran strategis dalam meningkatkan kepuasan nasabah, yang pada gilirannya dapat berkontribusi terhadap pembentukan loyalitas. Untuk mendukung mekanisme layanan yang efisien, PT. Bank SulutGo

perlu secara berkala melakukan evaluasi menyeluruh terhadap Layanan *Mobile Banking* guna mengidentifikasi serta memperbaiki berbagai kekurangan yang ada. Pelaksanaan evaluasi ini akan membantu perusahaan memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif terkait kondisi layanan saat ini.

Kesadaran akan pentingnya kualitas Layanan *Mobile Banking* menjadi kunci dalam memastikan tingkat kepuasan nasabah yang optimal. Kualitas layanan yang baik akan menumbuhkan rasa puas, memperkuat kepercayaan, dan meningkatkan loyalitas nasabah, yang pada akhirnya berkontribusi positif terhadap stabilitas hubungan serta pertumbuhan berkelanjutan PT. Bank SulutGo. Oleh karena itu, selain evaluasi berkala, perusahaan perlu mengadakan pelatihan dan pengembangan sumber daya manusia serta memanfaatkan teknologi terbaru agar layanan semakin efisien, responsif, dan relevan dengan kebutuhan nasabah. Dengan langkah-langkah tersebut, Layanan *Mobile Banking* dapat dioptimalkan dan memberikan kontribusi yang signifikan terhadap peningkatan kepuasan nasabah sekaligus mendukung pencapaian tujuan strategis perusahaan.

#### **4.4.2 Penerapan Hasil Penelitian Variabel Kepuasan Nasabah (Y)**

Dalam era persaingan yang semakin ketat di industri perbankan, pencapaian tingkat kepuasan nasabah yang optimal menjadi prioritas utama bagi setiap institusi keuangan. Kepuasan nasabah tidak hanya berdampak pada peningkatan kinerja perusahaan, tetapi juga berperan penting sebagai pendorong pertumbuhan berkelanjutan. Dengan berfokus pada pengalaman nasabah, perusahaan perbankan dapat memperkuat posisinya di pasar global, menjamin keberlangsungan operasional, serta menciptakan keunggulan kompetitif yang signifikan. Susanto dan

Fitriani (2023), menyatakan bahwa tingkat kepuasan nasabah yang tinggi dihasilkan dari penyediaan layanan yang responsif, personalisasi yang tepat, serta dukungan teknologi yang andal. Faktor-faktor tersebut berkontribusi terhadap peningkatan loyalitas nasabah dan mendukung pertumbuhan bisnis secara keseluruhan. Untuk mewujudkan tingkat kepuasan yang diharapkan, institusi perbankan perlu memastikan layanan yang optimal dalam setiap transaksi yang dilakukan. Selain itu, Prabowo dan Lestari (2024), menegaskan bahwa penerapan sistem manajemen hubungan pelanggan (*Customer Relationship Management/CRM*) berbasis digital terbukti efektif dalam meningkatkan interaksi dengan nasabah serta mempercepat proses penyelesaian keluhan. Penerapan sistem ini berkontribusi pada peningkatan kepuasan nasabah sekaligus memperkuat daya saing bank di pasar global. Dengan demikian, implementasi sistem CRM yang efektif merupakan langkah strategis untuk meningkatkan kepuasan nasabah dan mempertahankan posisi kompetitif di industri perbankan. PT. Bank SulutGo telah mencapai tingkat kepuasan nasabah yang memuaskan, namun masih terdapat ruang untuk perbaikan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa layanan *Mobile Banking*, memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah. Oleh karena itu, PT. Bank SulutGo perlu memprioritaskan perbaikan dan optimalisasi layanan *Mobile Banking* tersebut agar kepuasan nasabah semakin meningkat dan potensi permasalahan dapat diminimalkan.

Dalam upaya meningkatkan layanan, teori SERVQUAL yang dikemukakan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (2018) dapat dijadikan acuan. Teori ini mencakup lima dimensi utama, yaitu : 1) *Tangible* yang merujuk pada bukti fisik

dari layanan, seperti tampilan layanan yang dapat memengaruhi kesan penggunaan nasabah, 2) *Reliability* yang berarti kemampuan layanan untuk memenuhi janji secara konsisten dan akurat, seperti transaksi yang selalu berhasil dan tepat waktu, 3) *Responsiveness* mencakup kesigapan dan kesediaan pegawai dalam membantu serta merespons kebutuhan atau keluhan nasabah dengan cepat, 4) *Assurance* berkaitan dengan pengetahuan dan sikap pegawai yang dapat memberikan keyakinan kepada nasabah, 5) *Empathy* mencakup perhatian dan kepedulian pegawai terhadap kebutuhan individual nasabah. Jika semua aspek tersebut diterapkan dan dimaksimalkan dengan baik dalam perusahaan perbankan, maka kepuasan nasabah akan mengalami peningkatan. Apabila kelima dimensi layanan tersebut diterapkan dan dioptimalkan secara konsisten, maka tingkat kepuasan nasabah akan semakin meningkat. Dengan demikian, pengelolaan dan peningkatan layanan *Mobile Banking*, merupakan langkah penting untuk memperkuat kepuasan nasabah PT. Bank SulutGo sekaligus mendukung pertumbuhan perusahaan secara berkelanjutan.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan temuan penelitian dan pembahasan yang menjawab rumusan masalah serta sasaran penelitian, sehingga kesimpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Layanan *Mobile Banking* pada PT. Bank SulutGo masih memerlukan peningkatan dan penyempurnaan. Hasil analisis menunjukkan total skor sebesar 56,77% yang tergolong cukup baik, namun belum optimal. Tingkat kepuasan nasabah juga perlu dioptimalkan melalui peningkatan sistem perusahaan. Berdasarkan analisis total skor responden, kepuasan nasabah pada PT. Bank SulutGo dikategorikan baik dengan nilai 74,27%, tetapi masih perlu dioptimalkan agar dapat mencapai tingkat yang lebih baik. Layanan *Mobile Banking* secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan kepuasan nasabah. Ditemukan nilai persamaan regresi  $Y = 27,06 + 0,46 X$  dengan hubungan korelasi yang kuat sebesar 0,773 dan nilai R square sebesar 0,598 yang menunjukkan bahwa 59,8% kepuasan nasabah dipengaruhi oleh Layanan *Mobile Banking*, sementara 40,2% dipengaruhi oleh faktor lain. Oleh karena itu, perbaikan layanan *Mobile Banking* diharapkan dapat berkontribusi pada peningkatan kepuasan nasabah pada PT. Bank SulutGo.

2. PT. Bank SulutGo perlu menimplementasikan dan menerapkan tingkat optimalisasi layanan *Mobile Banking* melalui integrasi seluruh fitur transaksi ke dalam satu aplikasi agar nasabah tidak perlu melakukan login secara terpisah. Penyempurnaan navigasi, penyajian bukti transaksi, serta perbaikan user interface perlu dilakukan agar layanan menjadi lebih praktis dan efisien. Perusahaan juga perlu memastikan pembaruan aplikasi dilakukan secara berkala untuk menjaga stabilitas, kompatibilitas, dan keamanan sistem, serta menerapkan teknologi keamanan berlapis seperti autentikasi dua faktor dan enkripsi data. Selain itu, penguatan sistem layanan bantuan yang responsif sangat diperlukan agar keluhan nasabah dapat ditangani dengan cepat. Pemanfaatan teknologi berbasis kecerdasan buatan dapat menjadi solusi dalam mendeteksi permasalahan secara real-time dan memberikan respon otomatis bagi nasabah. Evaluasi dan monitoring berkala terhadap kualitas layanan *Mobile Banking* menggunakan indikator kepuasan nasabah berbasis SERVQUAL juga penting untuk memastikan perbaikan berkelanjutan. Pelatihan dan pengembangan sumber daya manusia perlu dilakukan agar pegawai memiliki keterampilan yang memadai terkait layanan digital, keamanan siber, dan komunikasi yang efektif. Terakhir, PT. Bank SulutGo disarankan untuk memaksimalkan strategi pemasaran digital melalui edukasi dan promosi layanan *Mobile Banking* agar semakin banyak nasabah memanfaatkan fitur yang tersedia. Dengan langkah-langkah tersebut, diharapkan kualitas layanan *Mobile Banking* dapat terus ditingkatkan, kepuasan nasabah semakin optimal, dan loyalitas nasabah terhadap PT. Bank

SulutGo semakin kuat, sehingga mendukung pertumbuhan dan daya saing perusahaan dalam industri perbankan digital.

## **5.2 Saran**

Berdasarkan temuan dan pembahasan yang telah dilakukan, sekaligus sebagai tanggapan terhadap rumusan masalah dan tujuan penelitian, maka saran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bank perlu mengintegrasikan seluruh layanan transaksi ke dalam satu aplikasi terpadu agar nasabah tidak perlu melakukan login pada beberapa platform. Penyederhanaan navigasi menu dan perbaikan antarmuka (UI/UX) akan meningkatkan kenyamanan penggunaan.
2. Pembaruan aplikasi secara berkala perlu dilakukan untuk memastikan kompatibilitas dengan perangkat terbaru, menjaga stabilitas kinerja, dan meningkatkan keamanan data. Penerapan sistem autentikasi ganda (two-factor authentication) dan enkripsi data menjadi prioritas untuk mencegah risiko keamanan.
3. PT. Bank SulutGo perlu memperkuat sistem customer service, baik melalui live chat, call center, maupun chatbot berbasis kecerdasan buatan (AI), sehingga keluhan nasabah dapat ditangani secara cepat dan tepat.
4. Dilakukan monitoring rutin menggunakan metode SERVQUAL untuk mengukur kualitas layanan, mengidentifikasi kelemahan, dan merumuskan perbaikan secara berkesinambungan.

5. Pelatihan berkala perlu diberikan kepada nasabah, khususnya yang menangani layanan digital, agar memiliki pemahaman yang baik tentang teknologi, keamanan siber, dan komunikasi yang efektif kepada nasabah.
6. Strategi pemasaran digital perlu dimaksimalkan dengan membuat kampanye edukasi kepada nasabah tentang manfaat dan cara penggunaan *Mobile Banking*. Promosi yang tepat dapat meningkatkan adopsi layanan serta loyalitas nasabah.

## DAFTAR PUSTAKA

### **Buku :**

- Fikriyah, N., dkk. (2022). Metode pengumpulan data primer menggunakan kuesioner online dalam penelitian kuantitatif. *JEMBA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi*, 9(1), 45-52.
- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Mardalis. (2014). *Metode Penelitian: Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Muhammad, A. (2012). *Metodologi penelitian bisnis*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Ni'matuzahroh, S., & Prasetyaningrum, A. (2018). *Observasi: Teori dan aplikasi dalam psikologi*. Malang: UMM Press.
- Onsardi, N., Putri, A. Y., & Rahmawati, D. (2020). *Metode Penelitian: Konsep dan Implementasi untuk Pengembangan Penelitian Ilmiah*. Gorontalo: Ideas Publishing.
- Otoritas Jasa Keuangan. 2015. *Bijak Ber Electronic Banking*. Otoritas Jasa Keuangan. Jakarta.
- Philip Kotler dan Keller Kevin L. 2009 *Manajemen Pemasaran* (Ed 12. Jilid 1. Jakarta PT Indeks , h. 14. 20Ibid., h. 140.
- Riduwan. (2005). *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*. Bandung: Alfabeta.
- Rusli, R., & Sri, Y. P. K. H. (2019). *Manajemen dan Ruang Lingkup*. Pengantar Manajemen, 1–11.
- Siregar, S. (2011). *Statistik Parametrik*. Diakses dari <https://etheses.iainkediri.ac.id/203/4/BAB%20III.pdf>
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Revisi)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.

Bandung: Alfabeta.

- Sumarwan, U. (2015). *Perilaku Konsumen : Teori dan penerapannya dalam pemasaran* (2 ed.). Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sutabri, T. 2016. *Sistem Informasi Manajemen (Edisi Revisi)*. Edisi Kedua. Cetakan Pertama. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2024). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*. New York: McGraw-Hill.

### **Jurnal :**

- Alkire, L., Mooney, C., Gur, F. A., & Ozturk, G. (2021). The role of customer satisfaction and engagement in building brand loyalty in digital banking. *Journal of Services Marketing*, 35(3), 285-297.
- Audi, M. F, *et al.* 2016. Adoption of *Mobile Banking* Applications in Lebanon. *Journal of Internet Banking and Commerce*..
- Barnes, S.J. & Corbitt, B. (2003). *Mobile Banking: Concept and Potential*. *International Journal of Mobile Communications*, 1(3), 273–288.
- Chou, S. Y., & Huang, S. C. (2018). Exploring the impact of customer relationship management on customer loyalty in banking. *International Journal of Bank Marketing*, 36(2), 215-228.
- Dhillon, Rashem & Kaur, Sukhpreet. (2012). Review Paper on e-Business & CRM. Proceedings of 'I-Society 2012' at GKU, Talwandi Sabo Bathinda (Punjab).
- Diva, I., Ashal, F. F., & Ridha, I. R. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Aceh Syariah di Kecamatan Kuta Alam. *Journal of Sharia Economics*, 3(2), 198- 214. <https://doi.org/10.22373/jose.v3i2.2080>
- Fandi, R., & Kusuma, D. (2021). Pengaruh User Experience Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Layanan Digital Perbankan. *Jurnal Sistem Informasi*, 16(2), 50-59.
- Feblicia, S., & Cuandra, F. (2022). Analisis Faktor Pengaruh Keputusan

- Pembelian pada Bisnis Digital E-Commerce Shopee. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Keuangan*, 3(2), 56–70.  
<https://doi.org/10.51805/jmbk.v3i2.82>
- Hadi, S. dan Novi. 2015. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan *Mobile Banking*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis OPTIMUM*.
- Hernandez, A., & David, F. (2022). Pengaruh *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Dalam Transaksi Sehari-hari. *Jurnal Penerapan Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 1(1), 1–10.
- Heryana, A. (2020). Hipotesis penelitian: Pengertian dan penjelasan [Bahan ajar]. Universitas Esa Unggul.
- Juliani, H., Adiyanta, F. C., & Jayawardani, P. (2018). Laporan Penelitian\_Kebijakan Reformasi Birokrasi Pemerintah Dalam Mewujudkan Profesionalisme Sumber Daya Manusia (Sdm) Aparatur.
- Keetmanshoop, A. (2022). The impact of *Mobile Banking* on customer satisfaction: Commercial banks of Namibia. *iCommerce Central*. Diakses dari <https://www.icommercecentral.com/open-access/the-impact-of-mobile-banking-on-customer-satisfaction-commercial-banks-of-namibia-keetmanshoop.php?aid=87001>
- Khumaini, S., Fahrudin, F., & Samsuri, S. (2022). 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*, 3(2), 143.  
<https://doi.org/10.31000/almaal.v3i2.5403>
- Ko, E., Kim, E. Y., & Lee, E. K. (2009). Modeling consumer adoption of mobile shopping for fashion products in Korea. *Psychology & Marketing*, 26(7), 669–687.
- Koenig-Lewis, N., Palmer, A., & Moll, A. (2010). Predicting young consumers' take up of *Mobile Banking* services. *International Journal of Bank Marketing*, 28(5), 410–432. doi:10.1108/02652321011064917
- Laukkanen, T. (2016). Consumer adoption versus rejection decisions in seemingly similar service innovations: The case of the Internet and

- Mobile Banking*. Journal of Business Research, 69(7), 2432–2439.
- Miftahul Janna. (2021). Validitas dan reliabilitas instrumen kuesioner dalam penelitian. Jurnal Maneksi, 11(2), 416-427.
- Nguyen, B., & Mutum, D. S. (2020). Relationship marketing: Exploring the role of CRM in retail banking. Journal of Financial Services Marketing, 25(1), 12-25.
- Ni'matuzahroh, S., Wibowo, M. E., & Nasution, S. W. (2018). Observasi sebagai alat asesmen psikologi dalam pendidikan.
- Onsardi, O., Juliyanti, B., & Yulianti, S. (2020). Pengaruh Disiplin Kerja dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Nasabah. Journal of Business, Management and Accounting, 2(1), 1-12.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. Journal of Marketing, 49(4), 41-50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (2018). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. Journal of Retailing.
- Poon, W. C. 2017. Users' Adoption of E Banking Services: The Malaysian Perspective. Journal of Business & Industrial Marketing.
- Prabowo, T., & Lestari, N. (2024). Implementasi CRM Berbasis Digital untuk Optimalisasi Pengalaman Nasabah di Sektor Perbankan. Jurnal Teknologi dan Manajemen, 21(1), 45-58.
- Rahmi, P. P., Aryanti, A. N., & Azis, D. A. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BCA. Arbitrase: Journal of Economics and Accounting, 3(3), 710–722.
- Rema, & Setyohadi. (2016). Pengaruh Teknologi Informasi Digital.
- Resita, A., & Baridwan, Z. (2015). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan *Mobile Banking*.
- Resita, I. N., & Baridwan, Z. (2015). Determinan Individu Terhadap Penggunaan *Mobile Banking*: Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM); (Studi pada Masyarakat Pengguna *Mobile Banking* di Kabupaten Lamongan). Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis, 3(2).  
Diambil dari

<https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/download/2170/1980>

- Wardana, A. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan *Mobile Banking* terhadap Kepuasan Nasabah di Indonesia. *DeReMa Jurnal Manajemen*, 10(2), 273–284. <http://dx.doi.org/10.19166/derema.v10i2.164>.
- Wibiadila, F. (2016). *Mobile Banking* sebagai Solusi Praktis dan Aman Untuk Transaksi Nasabah.
- Wibiadila, I. (2016). Pengaruh Kegunaan, Kemudahan, Resiko, dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan *Mobile Banking* (Survei pada Nasabah Bank Mandiri Kantor Cabang Solo) (Universitas Muhammadiyah Surakarta). Universitas Muhammadiyah Surakarta, Surakarta. Diambil dari <http://eprints.ums.ac.id/43261/12/NASKAH%20PUBLIKASI.pdf>
- Wibowo, A., & Rahmawati, S. (2024). Implementasi Kecerdasan Buatan dalam Meningkatkan Layanan *Mobile Banking*. *Jurnal Teknologi Digital*, 13(1), 75-86.
- Wijaya, T. A., Menteng, C., Surya, A., Julianto, A., & Utami, E. (2021). Perancangan desain basis data sistem informasi geografis tanah penduduk dengan menerapkan model data relasional. *Jurnal Teknologi Informasi*, 15(1).
- Wulan Pinonotoan. 2013, Pengaruh E-Banking, Kualitas Pelayanan, Kualitas Komunikasi Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Mandiri cabang manado. *Jurnal Emba Vol. 1 No. 4*, h. 192-201.

## LAMPIRAN

### Lampiran 1. Kuesioner Penelitian Pertama

#### KUESIONER PENELITIAN

#### PENGARUH LAYANAN *MOBILE BANKING* TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA KANTOR PUSAT PT. BANK SULUTGO

#### A. RESPONDEN

1. **JenisKelamin** :  L  P
2. **Pendidikan** :  SLTP  SLTA  D1  D2  
 D3  S1  S2
3. **Usia** :  <25 Tahun  36-45 Tahun  
 26-35 Tahun  46-56 Tahun

#### B. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Bapak/ ibu yang terhormat,

Dalam rangka penelitian, saya mohon bantuan bapak/ibu sebagai responden pada dalam penelitian ini dengan judul Pengaruh Layanan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Kantor Pusat PT. Bank SulutGo. Sebelum mengisi blanko kuesioner diharapkan agar bapak/ibu memperhatikan petunjuk pengisian sebagai berikut.

1. Terdapat 2 kelompok kuesioner yaitu tentang (i) Layanan *Mobile Banking*, dan (ii) Kepuasan Nasabah
2. Bapak/ibu dimohon untuk menjawab semua pertanyaan demi memperlancar penelitian, dan diharapkan tidak ada jawaban yang dikosongkan. Berilah tanda (x) pada jawaban yang anda anggap paling tepat.
3. Hasil dari pengisian kuesioner ini semata-mata untuk kepentingan ilmiah dan tidak akan mempengaruhi kondite Bapak/Ibu.

Akhirnya saya ucapkan terimakasih atas bantuan dan kerjasamanya. Peneliti berharap bahwa penelitian ini akan berguna dalam rangka meningkatkan kualitas manajerial.

### A. Kuesioner I Layanan *Mobile Banking*

Berilah tanda silang (x) pada kolom jawaban yang anda anggap paling tepat. Dengan Alternatif jawabannya yaitu: **SS=Sangat Setuju; S=Setuju KS= Kurang Setuju;TS=Tidak Setuju; STS=Sangat Tidak Setuju**

1. Nasabah merasa kesulitan mengakses semua fitur aplikasi karena sistem yang terpisah-pisah  
 A. Sangat Setuju                      B. Setuju                      C. Kurang Setuju                      D. Tidak Setuju  
 E. Sangat Tidak setuju
  
2. Nasabah mampu menjelaskan produk dan layanan *Mobile Banking* dengan jelas  
 A. Sangat Setuju                      B. Setuju                      C. Kurang Setuju                      D. Tidak Setuju  
 E. Sangat Tidak setuju
  
3. Nasabah dapat menjawab pertanyaan nasabah tentang *Mobile Banking* dengan baik  
 A. Sangat Setuju                      B. Setuju                      C. Kurang Setuju                      D. Tidak Setuju  
 E. Sangat Tidak setuju
  
4. Nasabah selalu menjaga data nasabah tetap akurat  
 A. Sangat Setuju                      B. Setuju                      C. Kurang Setuju                      D. Tidak Setuju  
 E. Sangat Tidak setuju
  
5. Nasabah mampu memberikan solusi atas masalah yang nasabah alami di aplikasi digital bank  
 A. Sangat Setuju                      B. Setuju                      C. Kurang Setuju                      D. Tidak Setuju  
 E. Sangat Tidak setuju
  
6. Apakah penggunaan dua aplikasi membuat proses transaksi menjadi lebih lama dan membingungkan  
 A. Sangat Setuju                      B. Setuju                      C. Kurang Setuju                      D. Tidak Setuju  
 E. Sangat Tidak setuju
  
7. Nasabah merasa kesulitan login atau berpindah antar aplikasi karena harus login terpisah  
 A. Sangat Setuju                      B. Setuju                      C. Kurang Setuju                      D. Tidak Setuju  
 E. Sangat Tidak setuju
  
8. Pelayanan langsung membuat nasabah lebih mudah mendapatkan bantuan  
 A. Sangat Setuju                      B. Setuju                      C. Kurang Setuju                      D. Tidak Setuju  
 E. Sangat Tidak setuju

9. Aplikasi atau nasabah selalu memberikan respon positif saat nasabah menyampaikan keluhan  
A. Sangat Setuju      B. Setuju      C. Kurang Setuju      D. Tidak Setuju  
E. Sangat Tidak setuju
10. Nasabah bersikap sopan dan ramah dalam memberikan pelayanan  
A. Sangat Setuju      B. Setuju      C. Kurang Setuju      D. Tidak Setuju  
E. Sangat Tidak setuju
11. Aplikasi menggunakan bahasa yang jelas dan mudah dipahami pada notifikasi yang nasabah terima  
A. Sangat Setuju      B. Setuju      C. Kurang Setuju      D. Tidak Setuju  
E. Sangat Tidak setuju
12. Nasabah pernah mengalami hambatan mendapatkan notifikasi dan update informasi penting akibat aplikasi terpisah  
A. Sangat Setuju      B. Setuju      C. Kurang Setuju      D. Tidak Setuju  
E. Sangat Tidak setuju
13. Nasabah jujur saat menangani keluhan nasabah terkait *Mobile Banking*  
A. Sangat Setuju      B. Setuju      C. Kurang Setuju      D. Tidak Setuju  
E. Sangat Tidak setuju
14. Nasabah merasa ragu akan kredibilitas bank karena layanan *Mobile Banking* tidak terintegrasi  
A. Sangat Setuju      B. Setuju      C. Kurang Setuju      D. Tidak Setuju  
E. Sangat Tidak setuju
15. Nasabah merasa tidak tahu-menahu tentang perlindungan data di kedua aplikasi *Mobile Banking*  
A. Sangat Setuju      B. Setuju      C. Kurang Setuju      D. Tidak Setuju  
E. Sangat Tidak setuju
16. Nasabah merasa aman saat memberikan dokumen/dokumen pribadi kepada nasabah bank  
A. Sangat Setuju      B. Setuju      C. Kurang Setuju      D. Tidak Setuju  
E. Sangat Tidak setuju
17. Nasabah merasa terlindungi dari bahaya saat menggunakan layanan bank secara digital  
A. Sangat Setuju      B. Setuju      C. Kurang Setuju      D. Tidak Setuju  
E. Sangat Tidak setuju
18. Nasabah mengetahui kebutuhan nasabah sebagai nasabah layanan digital  
A. Sangat Setuju      B. Setuju      C. Kurang Setuju      D. Tidak Setuju  
E. Sangat Tidak setuju

19. Nasabah memberikan perhatian atau layanan khusus kepada nasabah sebagai pengguna *Mobile Banking*  
A. Sangat Setuju      B. Setuju      C. Kurang Setuju      D. Tidak Setuju  
E. Sangat Tidak setuju
20. Nasabah merasa bank kurang memahami keinginan nasabah untuk layanan yang lebih praktis/modern  
A. Sangat Setuju      B. Setuju      C. Kurang Setuju      D. Tidak Setuju  
E. Sangat Tidak setuju
21. Fasilitas bank sudah memadai untuk kenyamanan nasabah sebagai pengguna *Mobile Banking*  
A. Sangat Setuju      B. Setuju      C. Kurang Setuju      D. Tidak Setuju  
E. Sangat Tidak setuju
22. Hasil mutasi atau bukti transaksi nasabah tersebar di dua aplikasi sehingga sulit dicek  
A. Sangat Setuju      B. Setuju      C. Kurang Setuju      D. Tidak Setuju  
E. Sangat Tidak setuju

## B. Kuesioner II Kepuasan Nasabah

Berilah tanda silang (x) pada kolom jawaban yang anda anggap paling tepat. Dengan Alternatif jawabannya yaitu: **SS=SangatSetuju;S=Setuju; KS= Kurang Setuju;TS=Tidak Setuju;STS=Sangat Tidak Setuju**

1. Seberapa sesuai layanan *Mobile Banking* dengan harapan nasabah  
 A. Sangat Setuju                      B. Setuju                      C. Kurang Setuju                      D. Tidak Setuju  
 E. Sangat Tidak setuju
2. Nasabah berminat untuk terus menggunakan layanan *Mobile Banking* meski efisiensi rendah  
 A. Sangat Setuju                      B. Setuju                      C. Kurang Setuju                      D. Tidak Setuju  
 E. Sangat Tidak setuju
3. Nasabah bersedia merekomendasikan layanan *Mobile Banking* ini kepada orang lain  
 A. Sangat Setuju                      B. Setuju                      C. Kurang Setuju                      D. Tidak Setuju  
 E. Sangat Tidak setuju
4. Kinerja dan kualitas layanan *Mobile Banking* telah sesuai dengan harapan awal nasabah  
 A. Sangat Setuju                      B. Setuju                      C. Kurang Setuju                      D. Tidak Setuju  
 E. Sangat Tidak setuju
5. Nasabah merasa puas saat menggunakan layanan *Mobile Banking*  
 A. Sangat Setuju                      B. Setuju                      C. Kurang Setuju                      D. Tidak Setuju  
 E. Sangat Tidak setuju
6. Jika layanan sesuai harapan, apakah nasabah akan menggunakan lagi atau merekomendasikannya  
 A. Sangat Setuju                      B. Setuju                      C. Kurang Setuju                      D. Tidak Setuju  
 E. Sangat Tidak setuju
7. Nasabah ingin bertransaksi ulang menggunakan layanan *Mobile Banking* yang sama  
 A. Sangat Setuju                      B. Setuju                      C. Kurang Setuju                      D. Tidak Setuju  
 E. Sangat Tidak setuju
8. Jika layanan *Mobile Banking* sesuai harapan, apakah nasabah bersedia memberitahu layanan ini pada orang lain  
 A. Sangat Setuju                      B. Setuju                      C. Kurang Setuju                      D. Tidak Setuju  
 E. Sangat Tidak setuju

9. Rendahnya efisiensi membuat nasabah ragu untuk terus bertransaksi menggunakan aplikasi ini  
A. Sangat Setuju      B. Setuju      C. Kurang Setuju      D. Tidak Setuju  
E. Sangat Tidak setuju
10. Nasabah akan menyarankan teman atau kerabat jika layanan tidak berinovasi  
A. Sangat Setuju      B. Setuju      C. Kurang Setuju      D. Tidak Setuju  
E. Sangat Tidak setuju
11. Sistem yang tidak terintegrasi membuat nasabah enggan merekomendasikan layanan *Mobile Banking* ini  
A. Sangat Setuju      B. Setuju      C. Kurang Setuju      D. Tidak Setuju  
E. Sangat Tidak setuju
12. Nasabah mau merekomendasikan layanan ini karena mendapatkan manfaat  
A. Sangat Setuju      B. Setuju      C. Kurang Setuju      D. Tidak Setuju  
E. Sangat Tidak setuju
13. Nasabah kecewa jika aplikasi tidak memenuhi harapan nasabah tentang layanan yang praktis  
A. Sangat Setuju      B. Setuju      C. Kurang Setuju      D. Tidak Setuju  
E. Sangat Tidak setuju
14. Nasabah merasa kurang diperhatikan atau tidak puas dengan respon petugas saat ada keluhan  
A. Sangat Setuju      B. Setuju      C. Kurang Setuju      D. Tidak Setuju  
E. Sangat Tidak setuju
15. Nasabah merasa kualitas layanan *Mobile Banking* dibawah harapan nasabah  
A. Sangat Setuju      B. Setuju      C. Kurang Setuju      D. Tidak Setuju  
E. Sangat Tidak setuju

Lampiran 2. Skor Layanan Mobile Banking

Identitas Responden	SKOR Layanan Mobile Banking (X)																						Skor
	x1	X2	X3	x4	X5	x6	x7	x8	x9	x10	X11	X12	x13	x14	X15	x16	x17	x18	x19	x20	x21	x22	Total
1	1	2	5	1	2	1	2	4	2	2	2	2	1	5	2	1	5	2	3	3	1	2	51
2	3	3	4	1	3	3	1	5	3	5	4	3	5	3	3	5	5	5	5	3	3	5	80
3	1	2	4	2	3	1	1	4	3	3	3	1	1	1	1	3	4	1	3	1	1	3	47
4	3	2	5	1	3	3	3	5	2	2	2	3	2	3	3	3	5	5	4	3	3	3	68
5	3	5	5	4	5	2	2	4	3	3	3	1	3	1	1	3	4	3	3	1	1	3	63
6	1	1	4	1	1	1	1	4	1	1	1	1	1	1	1	3	4	1	1	1	1	1	33
7	3	2	5	2	2	2	1	4	3	2	3	1	2	1	1	3	4	2	2	1	1	2	49
8	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	22
9	1	2	4	1	3	1	1	4	2	3	4	2	2	2	2	3	4	2	2	1	1	3	50
10	2	1	4	1	3	1	1	4	3	3	2	1	2	1	1	5	4	3	3	2	2	3	52
11	1	5	5	3	3	1	3	4	2	3	2	1	1	3	3	2	4	3	2	1	1	2	55
12	3	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5	3	5	1	1	4	4	5	5	5	4	3	89
13	3	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5	3	5	3	3	5	5	5	3	2	2	5	90
14	3	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5	3	5	3	3	5	5	5	5	3	4	5	95
15	3	3	5	5	5	2	1	4	2	3	3	1	4	1	1	3	4	2	2	1	1	2	58
16	3	5	4	4	5	2	3	4	1	2	2	3	2	3	3	3	4	2	1	2	2	2	62
17	3	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5	3	5	3	3	4	4	4	3	1	1	3	83
18	1	3	5	3	4	1	1	4	4	3	3	1	2	1	3	3	4	2	2	1	1	3	55
19	1	1	4	2	1	1	1	4	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	30
20	3	3	4	3	3	3	2	3	4	3	4	3	3	3	3	3	5	3	2	3	3	3	69
21	1	3	5	3	2	1	2	4	1	3	1	1	4	1	1	4	4	2	1	1	1	2	48
22	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	3	2	1	1	1	1	29
23	1	4	5	4	4	1	3	4	4	4	4	3	1	1	1	2	3	5	5	1	1	3	64
24	1	3	5	4	2	1	1	5	2	3	3	1	4	3	3	4	5	4	4	1	1	5	65
25	1	4	5	4	4	1	3	4	4	4	5	3	5	3	3	5	5	5	5	3	3	5	84
26	1	3	5	4	2	1	3	5	5	5	5	3	5	3	3	5	5	5	5	3	3	5	84
27	2	3	4	3	3	3	3	5	5	5	5	3	5	3	3	5	5	5	5	3	3	5	86
28	1	3	4	2	5	3	3	5	5	5	5	3	5	3	3	5	5	5	5	3	3	5	86
29	1	3	5	1	3	1	1	4	2	5	4	3	3	3	3	5	5	5	5	3	3	5	73
30	1	3	5	4	3	1	1	5	1	4	3	3	5	3	3	5	5	5	4	3	3	5	75
31	2	1	3	2	2	1	1	3	3	3	3	1	2	1	1	2	3	1	2	1	1	2	41
<b>TOTAL</b>	<b>56</b>	<b>92</b>	<b>137</b>	<b>87</b>	<b>98</b>	<b>53</b>	<b>59</b>	<b>129</b>	<b>90</b>	<b>102</b>	<b>99</b>	<b>63</b>	<b>93</b>	<b>66</b>	<b>65</b>	<b>107</b>	<b>128</b>	<b>101</b>	<b>95</b>	<b>60</b>	<b>58</b>	<b>98</b>	<b>1996</b>
<b>RATA2</b>	<b>1,81</b>	<b>2,97</b>	<b>4,42</b>	<b>2,81</b>	<b>3,16</b>	<b>1,71</b>	<b>1,90</b>	<b>4,16</b>	<b>2,90</b>	<b>3,29</b>	<b>3,19</b>	<b>2,03</b>	<b>3,00</b>	<b>2,13</b>	<b>2,10</b>	<b>3,45</b>	<b>4,13</b>	<b>3,26</b>	<b>3,06</b>	<b>1,94</b>	<b>1,87</b>	<b>3,16</b>	<b>62,45</b>
<b>U. KECIL</b>			<b>1</b>				<b>2</b>				<b>3</b>	<b>4</b>											<b>4</b>
<b>U. BESAR</b>	<b>1</b>							<b>2</b>							<b>3</b>								<b>4</b>
<b>PERTANYAAN</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>12</b>	<b>13</b>	<b>14</b>	<b>15</b>							<b>17</b>	

Sumber : Hasil Pengolahan Data Tahun 2025

### Lampiran 3. Skor Kepuasan Nasabah

Identitas Responden	SKOR Kinerja Kepuasan Nasabah (Y)															Skor
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15	
1	5	3	5	4	3	5	5	5	3	5	3	4	3	5	5	63
2	5	3	4	5	3	5	5	5	3	5	3	5	3	5	5	64
3	2	1	4	2	1	3	4	3	1	5	1	2	1	3	2	35
4	4	3	5	3	1	5	5	5	2	5	3	5	3	5	5	59
5	4	1	5	4	2	3	5	3	3	5	3	5	2	5	3	53
6	2	1	5	3	1	3	4	3	1	4	1	3	1	2	3	37
7	1	1	5	3	1	3	5	3	1	4	1	3	1	3	3	38
8	3	1	3	4	2	3	4	3	1	4	1	3	1	3	3	39
9	5	3	5	5	4	5	5	5	3	5	3	5	4	5	5	67
10	4	1	4	4	2	4	5	3	1	5	1	4	1	3	3	45
11	5	3	5	5	3	5	5	5	3	5	3	5	3	5	5	65
12	5	3	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	69
13	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	70
14	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	71
15	5	3	5	4	2	5	5	3	2	4	1	5	1	3	3	51
16	5	3	5	5	3	5	5	5	2	4	1	4	1	1	2	51
17	5	3	5	5	3	5	5	5	3	5	3	5	3	5	5	65
18	4	2	4	5	1	4	5	3	2	5	1	5	1	4	3	49
19	3	2	3	5	3	5	5	5	3	5	3	5	3	5	5	60
20	3	1	5	5	3	5	4	5	3	4	3	5	3	5	5	59
21	1	1	4	3	1	3	4	3	1	4	2	3	2	2	2	36
22	2	1	4	3	1	3	4	1	1	4	1	3	1	2	1	32
23	5	1	5	5	1	5	5	5	3	4	2	4	1	4	4	54
24	5	1	5	5	1	5	5	3	2	4	3	5	2	5	4	55
25	5	3	5	5	3	5	5	5	3	5	3	5	3	5	5	65
26	5	3	5	5	4	5	5	5	3	5	3	5	3	5	5	66
27	5	3	5	5	3	5	5	5	4	5	3	5	4	5	5	67
28	5	4	5	5	3	5	5	5	4	5	3	5	4	5	5	68
29	4	2	5	5	3	5	5	5	3	5	3	4	3	5	5	62
30	4	3	4	5	3	5	5	5	2	5	3	5	3	5	5	62
31	5	3	5	5	2	5	5	3	1	4	2	3	1	3	3	50
<b>TOTAL</b>	<b>126</b>	<b>72</b>	<b>144</b>	<b>137</b>	<b>75</b>	<b>139</b>	<b>149</b>	<b>129</b>	<b>76</b>	<b>144</b>	<b>75</b>	<b>135</b>	<b>74</b>	<b>128</b>	<b>124</b>	<b>1727</b>
<b>RATA2</b>	<b>4,06</b>	<b>2,32</b>	<b>4,65</b>	<b>4,42</b>	<b>2,42</b>	<b>4,48</b>	<b>4,81</b>	<b>4,16</b>	<b>2,45</b>	<b>4,65</b>	<b>2,42</b>	<b>4,35</b>	<b>2,39</b>	<b>4,13</b>	<b>4,00</b>	<b>55,71</b>
<b>U. KECIL</b>	<b>2</b>					<b>1</b>			<b>3</b>	<b>4</b>		<b>1</b>				<b>4</b>
<b>U. BESAR</b>			<b>5</b>				<b>1</b>		<b>3</b>		<b>2</b>		<b>2</b>			<b>5</b>
<b>PERTANYAAN</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>12</b>	<b>13</b>	<b>14</b>	<b>15</b>	<b>15</b>

Sumber : Hasil Pengolahan Data Tahun 2025

### Lampiran 4. Total Skor Layanan Mobile Banking (Y) dan Kepuasan Nasabah

(X)

NO	ANALISA TOTAL SKOR X :	HASIL	KETERANGAN				
1	SKOR TERTINGGI	5					
2	JUMLAH PERTANYAAN	22					
3	JUMLAH RESPONDEN	31					
4	TOTAL SKOR JWB TERTINGGI (5)	3410	TTL SKOR TERTINGGI = 5 X 22 X 31 = 3410				
5	TOTAL SKOR JAWABAN	1936					
6	TOTAL SKOR PROSENTASE	56,77419					
7	QUARTIL (EMPAT BBN. YG SAMA)	852,5					
8	GARIS QUARTIL PEMBAHASAN	4	Q0	Q1	Q2	Q3	Q4
			0	853	1705	2558	3410

NO	ANALISA TOTAL SKOR Y :	HASIL	KETERANGAN				
1	SKOR TERTINGGI	5					
2	JUMLAH PERTANYAAN	15					
3	JUMLAH RESPONDEN	31					
4	TOTAL SKOR JWB TERTINGGI (5)	2325	TTL SKOR TERTINGGI = 5 X 15 X 31 = 2325				
5	TOTAL SKOR JAWABAN	1727					
6	TOTAL SKOR PROSENTASE	74,27957					
7	QUARTIL (EMPAT BBN. YG SAMA)	581,25					
8	GARIS QUARTIL PEMBAHASAN	4	Q0	Q1	Q2	Q3	Q4
			0	581	1163	1744	2325

Sumber : Hasil Pengolahan Data Tahun 2025

### Lampiran 5. Tabel Nilai t

d.f.	TINGKAT SIGNIFIKANSI							
	Dua Sisi	20%	10%	5%	2%	1%	0,2%	0,1%
Satu Sisi	10%	5%	2,5%	1%	0,5%	0,1%	0,05%	
1	3,078	6,314	12,706	31,821	63,657	318,309	636,619	
2	1,886	2,920	4,303	6,965	9,925	22,327	31,599	
3	1,638	2,353	3,182	4,541	5,841	10,215	12,924	
4	1,533	2,132	2,776	3,747	4,604	7,173	8,610	
5	1,476	2,015	2,571	3,365	4,032	5,893	6,869	
6	1,440	1,943	2,447	3,143	3,707	5,208	5,959	
7	1,415	1,895	2,365	2,998	3,499	4,785	5,408	
8	1,397	1,860	2,306	2,896	3,355	4,501	5,041	
9	1,383	1,833	2,262	2,821	3,250	4,297	4,781	
10	1,372	1,812	2,228	2,764	3,169	4,144	4,587	
11	1,363	1,796	2,201	2,718	3,106	4,025	4,437	
12	1,356	1,782	2,179	2,681	3,055	3,930	4,318	
13	1,350	1,771	2,160	2,650	3,012	3,852	4,221	
14	1,345	1,761	2,145	2,624	2,977	3,787	4,140	
15	1,341	1,753	2,131	2,602	2,947	3,733	4,073	
16	1,337	1,746	2,120	2,583	2,921	3,686	4,015	
17	1,333	1,740	2,110	2,567	2,898	3,646	3,965	
18	1,330	1,734	2,101	2,552	2,878	3,610	3,922	
19	1,328	1,729	2,093	2,539	2,861	3,579	3,883	
20	1,325	1,725	2,086	2,528	2,845	3,552	3,850	
21	1,323	1,721	2,080	2,518	2,831	3,527	3,819	
22	1,321	1,717	2,074	2,508	2,819	3,505	3,792	
23	1,319	1,714	2,069	2,500	2,807	3,485	3,768	
24	1,318	1,711	2,064	2,492	2,797	3,467	3,745	
25	1,316	1,708	2,060	2,485	2,787	3,450	3,725	
26	1,315	1,706	2,056	2,479	2,779	3,435	3,707	
27	1,314	1,703	2,052	2,473	2,771	3,421	3,690	
28	1,313	1,701	2,048	2,467	2,763	3,408	3,674	
29	1,311	1,699	<b>2,045</b>	2,462	2,756	3,396	3,659	
30	1,310	1,697	2,042	2,457	2,750	3,385	3,646	
31	1,309	1,696	2,040	2,453	2,744	3,375	3,633	

Sumber : Hasil Pengolahan Data Tahun 2025