

Pengaruh Kualitas Layanan dan Produk Mobile Banking terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada PT Bank Sinarmas Tbk Cabang Bogor)

¹David HM Hasibuan, ²Bintang Sahala Marpaung, ³Annaria Magdalena ⁴Nanda Septian Afiani
^{1, 2, 3, 4}Institut Bisnis dan Informatika Kesatuan
Bogor, Indonesia

¹hasibuan.david62@gmail.com, ²bintangshahala0203@gmail.com, ³anna.jkt29@yahoo.com,
⁴nandasa@gmail.com

*Penulis Korespondensi

Diajukan : 10/09/2023

Diterima : 02/10/2023

Dipublikasi : 03/10/2023

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pesatnya pengguna mobile banking Hal ini disebabkan karena meningkatnya kebutuhan masyarakat. Salah satu kebutuhan masyarakat akan pengguna internet yaitu kebutuhan terhadap fasilitas bank yang dapat mempermudah masyarakat dalam bertransaksi. Dengan kualitas layanan dan Produk Mobile Banking Simobi fasilitas bank yang baik dapat mempengaruhi kepuasan nasabah dan membantu Nasabah dalam bertransaksi. Penelitian ini bertujuan Untuk mengetahui pengaruh Kualitas layanan pada Mobile Banking SIMOBiplus terhadap kepuasan nasabah pada Bank Sinarmas Tbk, Untuk mengetahui pengaruh kualitas Produk pada Mobile Banking SIMOBiplus terhadap kepuasan nasabah pada Bank Sinarmas Tbk, Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Layanan dan kualitas Produk pada Mobile Banking SimobiPlus terhadap kepuasan Nasabah pada Bank Sinarmas Tbk. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pengambilan sampel dengan metode simple random sampling. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari hasil pengisian kuesioner. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Pada penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda dengan memenuhi uji asumsi klasik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial Pengaruh Kualitas dan Produk Mobile Banking berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Sinarmas Tbk.

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

I. PENDAHULUAN

Dalam kondisi ekonomi yang fluktuatif saat ini disebabkan Perang Rusia dan Ukraina, Dampak Pasca Covid, Tingkat Inflasi yang besar, Pencemaran udara dan menuju ke ekonomi hijau yang berakibat segala aktifitas tidak bisa berjalan seperti biasanya ini juga akan sangat berpengaruh terhadap kegiatan bank yang tentunya membatasi para nasabah dalam melakukan berbagai transaksi ke tempat bank, dari sini perkembangan inovasi yang diciptakan oleh bank menjadi point utama para nasabah untuk tetap bisa melakukan berbagai kegiatan transaksi, Hal tersebut menyebabkan persaingan dunia usaha perbankan semakin kompetitif dalam menciptakan inovasi. Untuk memenangkan persaingan dengan melakukan pengembangan teknologi informasi, dengan menciptakan layanan transaksi elektronik perbankan berbasis internet bertujuan memberikan kepuasan kepada para nasabah dan berusaha memenuhi kebutuhan dimasa kini dengan



mengedepankan kualitas.

Menurut (Supranto, 2006) Kualitas adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik, kualitas sebagai sifat dari penampilan produk atau jasa yang merupakan bagian berkesinambungan baik sebagai pemimpin ataupun sebagai strategi untuk terus tumbuh, (Sutopo & Suryanto, 2009) mengatakan bahwa pelayanan merupakan usaha apa saja yang mempertinggi kepuasan. sedangkan Menurut definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. pelayanan merupakan perilaku perusahaan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan pengguna demi tercapainya kepuasan pada pengguna itu sendiri. (Kotler, Philip, 2016) mengatakan bahwa perilaku tersebut dapat terjadi pada saat sebelum dan sesudah transaksi. pada dasarnya pelayanan yang bertaraf tinggi akan menghasilkan sebuah kepuasan yang tinggi serta penggunaan dan pembelian secara berulang. dan dapat disimpulkan Menurut (Fandy, Tjiptono, 2011) mendefinisikan kualitas pelayanan secara sederhana yaitu ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi.

pelayanan dikatakan berkualitas dan memuaskan bila pelayanan tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan harapan masyarakat, apabila masyarakat tidak puas terhadap suatu pelayanan yang disediakan maka pelayanan tersebut dapat dipastikan tidak berkualitas atau tidak efisien, karena itu kualitas pelayanan sangat penting dan selalu fokus kepada kepuasan (Hardiyansyah, 2011).

Dalam dunia perbankan di era tahun 1990-an sebelumnya kita diperkenalkan dengan adanya sistem perbankan modern yaitu transaksi *Automatic Teller Machine* atau yang lebih sering disingkat dengan *ATM*. Namun kehadiran *ATM* saat ini masih dirasa ketinggalan, dimana orang harus mencari keberadaan *ATM* yang sesuai dengan bank dimana ia menyimpan uangnya.

Oleh karena itu dalam dunia perbankan saat ini dikembangkanlah kebutuhan masyarakat dengan memberikan layanan modern dengan mengedepankan pelayanan yang lebih canggih melalui media elektronik berbasis teknologi tanpa mengesampingkan pemberian informasi dan cara penggunaannya, agar yang disediakan dan diciptakan oleh para bank bisa tersalurkan dengan baik hingga sampai ketangan masyarakat dan bisa merasakan manfaat dari penggunaan fasilitas bank dengan begitu akan timbulnya suatu kualitas pelayanan dari tiap bank untuk mengetahui kepuasan setiap nasabah, dengan begitu para bank berusaha menyeimbangkan kebutuhan para nasabahnya dengan menyesuaikan perkembangan situasi kondisi dan teknologi dikalangan masyarakat.

Menurut Buku (Indonesia, Ikatan Bankir, 2017), layanan perbankan melalui media elektronik atau disebut dengan *electronic banking* adalah layanan yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi, dan melakukan transaksi perbankan melalui media elektronik.” inovasi dari sebuah layanan yang diciptakan bank yaitu *mobile banking*, produk *mobile banking* ini bisa dikatakan layanan tambahan untuk nasabah yang sudah memiliki rekening di bank, *mobile banking* merupakan layanan perbankan yang dapat di akses langsung melalui telfon seluler/handphone GSM (Global for mobile communication) atau SMS (Short message service).

Berbagai macam layanan yang dapat diakses melalui *mobile banking* diantaranya yaitu nasabah dapat melakukan transfer sesama bank ataupun bank lain, cek saldo, mutasi rekening informasi kurs, pembelian online (voucher pulsa, voucher token listrik), pembayaran online (listrik, telepon, kartukredit, PDAM, e-commerce).

Keuntungan dari menyediakan layanan *mobile banking* bagi bank adalah dapat menghemat biaya percetakan formulir yang harus diisi nasabah untuk melakukan transaksi, brosur, katalog, dan menggantinya dengan data elektronik. Bagi nasabah yang menggunakan *mobile banking* akan mendapatkan informasi dunia perbankan secara cepat, efektif, dan efisien, serta dapat mengurangi waktu tunggu nasabah dalam melakukan setiap transaksi karna diperuntukan kepada nasabah yang memiliki mobilitas dan kesibukan yang cukup tinggi tentunya sangat cukup bermanfaat dimasa pandemic.

Bank Sinarmas merupakan salah satu bank konvensional swasta nasional yang

berstatus sebagai bank devisa. Bank Sinarmas berdiri pada tanggal 18 Agustus 1989 dan memiliki lebih dari 385 kantor cabang yang tersebar di lebih dari 150 kota di Indonesia, PT Bank Sinarmas (BSIM) membidik peningkatan jumlah nasabah yang menggunakan layanan mobile banking. Saat 2019 sudah ada 250 ribu pengguna aplikasi mobile banking Bank Sinarmas, SimobiPlus, atau sekitar 22 persen dari total 1,2 juta nasabah.

Direktur Digital Banking BSIM Soejanto Soetjijo mengungkapkan, pertumbuhan pengguna SimobiPlus mencapai 94 persen dibandingkan tahun 2018. Sementara jumlah transaksi pengguna aplikasi mobile banking ini tumbuh hingga 400%.

Mobile banking telah membuka pasar baru, produk baru, layanan baru, dan berperan penting sebagai saluran pengiriman yang menyediakan banyak kemudahan dan memberikan efek panjang bagi kemajuan dan kesuksesan dimasa sekarang dan yang akan datang, walaupun terkadang tidak semua transaksi yang dilakukan berjalan dengan lancar banyak faktor yang dibutuhkan untuk mendukung kelancaran transaksi yang akan dilakukan, seperti koneksi internet yang kuat, bagaimana perasaan nasabah, bagaimana nasabah menggunakannya, dan apakah nasabah akan menggunakan dimasa datang ini sangat perlu diperhatikan maka dari situ dapat dinilai seberapa besar kepuasan yang dirasakan oleh nasabah.

Menurut (Fandy, Tjiptono., 2014) menyatakan bahwa ada kesulitan menilai kualitas pelayanan disebabkan karna ciri khas yang melekat pada produk jasa yang bentuknya tidak bisa diraba namun fungsinya yang bisa di rasakan untuk mendapat penilaian. (Kotler, Philip, 2016) menyatakan bahwa kesulitan lainnya juga akan muncul dalam menilai kualitas adalah persepsi pengguna terhadap kualitas pelanggan. kualitas harus dimulai dari kebutuhan pengguna yang akan berakhir pada harapan pelanggan.

Layanan mobile banking mendapatkan keterterikan dimata nasabah karna adanya pengaruh dari faktor lingkungan yang bisa mendorong masyarakat meyakini bahwa industri perbankan menyediakan produk mobile banking guna mencapai kepuasan yang tentunya dirasakan berbeda pada tiap individu (Fandy, Tjiptono; Greforius, Chandra., 2016).

Menurut (Kotler, Philip; Keller, Kevin Lane., 2016), kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. sedangkan Secara umum, kepuasan nasabah dapat diartikan sebagai adanya kesamaan antara kinerja produk dan pelayanan yang diterima dengan kinerja produk dan pelayanan yang diharapkan nasabah. Adapun faktor yang mempengaruhi kepuasan menurut (Rangkuti, Freddy, 2013) mengatakan bahwa kepuasan nasabah dipengaruhi oleh berbagai faktor, yaitu kualitas layanan (service quality), kualitas produk (product quality), harga (price), faktor situasi (situational factor), dan faktor pribadi (personal factor).

Kualitas layanan (service quality) adalah perbandingan layanan antara kenyataan dan harapan nasabah, jika kenyataan yang diterima lebih dari yang diharapkan, maka layanan dapat dikatakan bermutu dan bernilai dimata nasabah dan mencapai kepuasan yang diharapkan perusahaan bank, sebaliknya jika kenyataan kurang dari yang diharapkan nasabah, maka layanan dikatakan tidak bermutu dan kurang bernilai dimata nasabah dan tidak mencapai kepuasan yang diharapkan perusahaan bank.

Sedangkan kualitas produk (product quality) yaitu, produk dikatakan berkualitas apabila sesuai dengan yang dibutuhkan oleh nasabah dan mampu bersaing dengan produk sejenis yang diproduksi oleh kompetitor. Dalam arti nasabah akan mencapai kepuasan jika hasil evaluasi dari produk yang diciptakan perusahaan memang benar berkualitas dibandingkan dengan produk pesaing lainnya tentunya dari beberapa segi , sebaliknya jika kualitas produk yang diciptakan masih kalah jauh dari produk inovasi pesaing maka perusahaan tentunya tidak akan bisa mencapai target kepuasan nasabah dan produk yang diciptakan dapat dikatakan kurang bermutu untuk digunakan sehingga tidak mendapat perhatian dan minat nasabah. (Kotler, Philip; Keller, Kevin Lane., 2016) mengatakan bahwa semakin tinggi tingkat kualitas, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan nasabah yang dihasilkan.

Dari keduanya dapat dilihat dan disimpulkan bahwa kualitas layanan dan kualitas produk

memiliki hubungan erat dengan pencapaian perusahaan bank dalam mencapai kepuasan nasabah karena akan menjadi penilaian tersendiri jika salah satu tujuan bank dapat dilaksanakan dengan baik, namun tidak semua merasa puas terhadap inovasi yang diciptakan oleh bank tentunya dengan alasan yang berbeda maka dari itu

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan dan Produk Mobile Banking terhadap Kepuasan Nasabah Studi Kasus PT Bank Sinarmas Tbk, Cabang Bogor ” untuk mengetahui seberapa puas Nasabah terhadap kualitas layanan dan kualitas produk Mobile Banking SimobiPlus.

II. STUDI LITERATUR

Teori Kualitas Layanan

Menurut (Philips kotler; , Armstrong. ;, 2016), salah satu cara utama yang digunakan perusahaan untuk mengidentifikasi dirinya adalah dengan secara konsisten memberikan kualitas yang lebih tinggi dibandingkan pesaingnya dalam segi jasa. Kualitas sendiri didefinisikan sebagai suatu hasil yang mempertemukan kebutuhan-kebutuhan dari pelanggan dalam memberikan kepuasan dan memenuhi harapan, sedangkan pelayanan didefinisikan suatu tindakan seseorang terhadap orang lain melalui penyajian produk sesuai dengan ukuran yang berlaku pada produk untuk memenuhi kebutuhan, keinginan, dan harapan orang yang dilayani.

Definisi Kualitas Pelayanan

Definisi kualitas layanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan nasabah serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan nasabah.

Menurut Lewis dan Booms yang dikutip oleh (Fandy, Tjiptono; Greforius, Chandra., 2016) kualitas layanan bisa diartikan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi nasabah. Berdasarkan definisi ini, kualitas layanan ditentukan oleh kemampuan perusahaan memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah sesuai dengan ekspektasi nasabah. Kualitas pelayanan adalah tingkat kesempurnaan yang diharapkan dan pengendalian atas kesempurnaan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Konsumen akan merasa puas bila evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas (Lupiyoadi, Rambat, 2011).

Sedangkan menurut (Kotler, Philip; Keller, Kevin Lane;, 2016), kualitas pelayanan adalah suatu pernyataan tentang sikap terhadap perbandingan antara harapan dengan kinerja. Bahwa kualitas yang dirasakan dari pelayanan adalah hasil dari suatu proses evaluasi dimana pelanggan membandingkan persepsi mereka terhadap pelayanan dan hasilnya, dengan apa yang mereka harapkan.

Dari beberapa pendapat menurut para ahli dapat disimpulkan menjadi satu bahwa kualitas pelayanan akan dapat terlihat setelah perusahaan melakukan pelayanan dan pemenuhan kebutuhan kepada nasabah akan muncul beberapa penilaian yang timbul dari nasabah yang akan menjadi sebuah rating pencapaian perusahaan bank itu sendiri mencapai tujuan untuk mendapatkan kepuasan nasabah atau keluhan nasabah.

Maka dari itu menurut (Hardiyansyah, 2011) mengatakan bahwa apabila kita ingin sukses memberikan kualitas pelayanan, kita harus memahami terlebih dahulu karakteristik tentang pelayanan sebagai berikut:

1. Pelayanan sifatnya tidak dapat diraba, pelayanan sangat berlawanan sifatnya dengan barang jadi.
2. Pelayanan itu kenyataan terdiri dari tindakan nyata dan merupakan pengaruh yang sifatnya adalah tindak sosial.
3. Produksi dan konsumsi dari pelayanan tidak dapat dipisahkan secara nyata, karena pada umumnya kejadian bersamaan dan terjadi ditempat yang sama.

Teori Produk

Menurut (Kotler, Philip; Keller, Kevin Lane;, 2016) definisi produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan Kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan. Produk yang dipasarkan meliputi barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, properti, organisasi, informasi, dan ide.

(Kotler, Philip., 2016) menyebutkan produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan untuk memuaskan suatu kebutuhan dan keinginan. Produk diperlukan untuk mempertemukan hasil perusahaan dengan permintaan yang ada agar produk yang diperlukan, memberikan kepuasan pada pengguna dan sekaligus menguntungkan perusahaan.

Dalam beberapa definisi mengenai produk diatas dapat disimpulkan bahwa tidak semua produk dapat berwujud nyata, tetapi dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat salah satu produk yang di ciptakan oleh bank yaitu salah satunya adalah mobile banking yaitu produk berbasis internet sebagai penghubung transaksi masyarakat kepada bank .

Definisi Kualitas Produk

menurut Kualitas produk adalah kemampuan produk untuk melaksanakan fungsinya termasuk di dalamnya keawetan, keandalan, ketetapan, kemudahan dipergunakan dan diperbaiki serta atribut bernilai lainnya. Ini memang aspek yang perlu diperhatikan mengenai produk. Sedangkan menurut (Philips kotler; , Armstrong. ;, 2016), kualitas produk adalah salah satu sarana positioning utama pemasar. Kualitas mempunyai dampak langsung pada kinerja produk atau jasa. Oleh karena itu, kualitas berhubungan erat dengan nilai dan kepuasan nasabah. Kualitas produk mempunyai dua dimensi, yaitu tingkat dan konsistensi. Melakukan pengembangan suatu produk harus memilih tingkat kualitas yang akan mendukung positioning produk. Dimana kualitas produk yaitu kemampuan produk untuk melaksanakan fungsinya.

Teori Kepuasan Nasabah

Menurut Lovelock dan Wirtz yang dikutip oleh (Fandy, Tjiptono.; , Gregorius Chandra;, 2016) kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan. Sangat dibutuhkan penelitian untuk membuktikan ada atau tidaknya harapan sebelumnya yang merupakan bagian terpenting dalam kepuasan. Kepuasan pelanggan adalah hasil yang dirasakan pembeli dari kinerja perusahaan yang memenuhi harapan mereka. Pelanggan puas bila harapan mereka dipenuhi dan senang/bahagia bila harapan mereka dilebihi. Pelanggan yang puas akan setia lebih lama, membeli lebih banyak, kurang sensitif pada harga dan memberikan komentar baik tentang perusahaan (Abdullah, Thamrin; Tantri., Francis;, 2019).

Hal ini juga dibenarkan menurut (Kotler, 2016) kepuasan adalah tingkat kepuasan seseorang telah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Jadi kepuasan atau ketidakpuasan adalah kesimpulan dari interaksi antara harapan dan pelayanan sesudah memakai jasa atau pelayanan yang diberikan. Apabila penampilan kurang dari harapan, maka pelanggan tidak dipuaskan, dan apabila penampilan melebihi harapan pelanggan akan sangat puas dan senang setelah menggunakan produk, kepuasan akan mendorong nasabah untuk menggunakan ulang produk. Sebaliknya, jika kecewa nasabah tidak akan menggunakan produk yang sama lagi di kemudian hari. Kepuasan nasabah merupakan evaluasi purnabeli di mana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan konsumen. Kekecewaan timbul apabila kinerja yang aktual tidak memenuhi harapan nasabah.

III. METODE

Populasi

Menurut (Sugiyono., 2020) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk



dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Pt. Bank sinarmas tbk.

Sampel

Menurut (Sugiyono., 2020) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. bagian dari suatu objek atau subjek yang mewakili populasi. Pengambilan sampel harus sesuai dengan kualitas dan karakteristik suatu populasi, jika tidak penelitian menjadi bias, tidak dapat dipercaya dan kesimpulannya pun bisa keliru. Hal ini karena tidak dapat mewakili populasi.

Sampling atau teknik pengambilan sampel terdiri dari dua macam, probability sampling dan nonprobability sampling. Probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota populasi. Sedangkan nonprobability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Pengambilan sampel dalam penelitian ini dengan simple random sampling. Alasan menggunakan simple random sampling karena teknik ini memberikan kesempatan yang sama kepada setiap populasi untuk dijadikan sampel. Teknik pengukuran sampel dalam penelitian ini menggunakan

dasar pengambilan sampel dari Slovin :
$$n = \frac{N}{(1 + ((N \times e)^2))}$$

Keterangan :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran Populasi

E = Persen kelonggaran yang ditolerir/taraf kesalahan (10%)

Roscoe (1975) dalam (Dermawan Wibisono., 2013) memberikan panduan untuk menentukan Ukuran sampel setiap penelitian harus berada antara 30 dan 500 sebagai berikut :

- ✓ Jika sampel akan dipecah-pecah menjadi beberapa bagian, maka ukuran sampel minimum 30 untuk tiap bagian yang diperlukan.
- ✓ Pada penelitian banyak faktor, ukuran sampel harus beberapa kali (sedikitnya 10 kali atau lebih) dari banyak faktor yang ada.
- ✓ Ukuran penelitian biasa dengan control penelitian yang ketat, penelitian yang baik dimungkinkan jika sampel berukuran antara 10 dan 20.
- ✓ Maka dari itu peneliti memutuskan untuk jumlah responden sebanyak 100 orang sebagai sampel penelitian.

Metode Pengujian Data

Teknik pengujian data yang digunakan diarahkan untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Adapun teknik pengujian data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

Uji Validitas

Menurut (Ghozali, Imam, 2016) Uji Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat mengukur variabel yang akan diukur. suatu instrument pengukuran disebut valid bila dapat melakukan apa yang seharusnya dilakukan dan mengukur apa yang seharusnya diukur. bila skala pengukuran tidak valid maka ia tidak bermanfaat bagi peneliti karena tidak mengukur atau melakukan apa yang seharusnya dilakukan, dalam penelitian ini untuk mengukur validitas digunakan Koefisien Cronboach Alpha untuk mengestimasi validitas setai skala (Indikator Observarian). Pengujian validitas menggunakan teknik Corrected Item Total Correlation, yaitu dengan cara pengoreksian skor tiap item dengan skor totalnya.

Uji Reliabilitas



Uji Reliabilitas dalam penelitian ini penulis menggunakan metode Cronbach's Alpha () dengan rumus sebagai berikut : $\alpha = \left(\frac{K}{(K-1)} \right) \left(\frac{(St^2 - \sum Si^2)}{(sx^2)} \right)$ Dimana :

α = Koefisien Nilai Reabilitas
 $\sum Si$ = Jumlah varians skor tiap-tiap item
 St = Varians total
 k = Jumlah item pertanyaan yang diuji

Uji Asumsi Klasik, yang meliputi :

Uji Normalitas

Menurut (Ghozali, Imam, 2016) Uji Normalitas untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. Persamaan regresi dikatakan baik jika mempunyai data variabel dependen dan data independen berdistribusi normal atau mendekati normal.

Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel bebas. Kemiripan antar variabel independen akan mengakibatkan kolerasi yang sangat kuat. Selain itu untuk uji ini juga menghindari kebiasaan dalam proses pengambilan keputusan mengenai pengaruh pada uji parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Jika VIF yang dihasilkan antara 1-10 maka tidak terjadi multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, Imam, 2016). Pada penelitian ini digunakan uji Glejser untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut (Sugiyono., 2020) Analisis regresi linier berganda digunakan untuk memprediksikan berubahnya nilai variabel tertentu bila variabel lain berubah, dikatakan regresi berganda karena jumlah variabel independennya lebih dari satu. Mengingat dalam penelitian ini variabel x nya lebih dari satu yaitu kualitas layanan dan kualitas produk mobile banking terhadap tingkat kepuasan nasabah dengan model sebagai berikut : $Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$
 Keterangan:

Y = Variabel Dependen (Kepuasan Nasabah)
 a = Konstanta
 b1-2 = Koefisien Regresi
 x1 = Variabel Independent (kualitas layanan)
 x2 = Variabel Independent (kualitas produk)
 e = Standar Error

Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis adalah suatu prosedur yang akan menghasilkan suatu keputusan, yaitu keputusan menerima atau menolak hipotesis tersebut. hipotesis diartikan sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Kebenaran dai hipotesis ini harus dibuktikan melalui data yang terkumpul. Adapun uji Hipotesis yang dilakukan terdiri dari :

Uji secara parsial (uji t)

Menurut (Sugiyono., 2020) Uji t digunakan untuk mengetahui hubungan masing-masing variable independen secara individual terhadap variable dependen. Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh masing-masing variable independen secara individual terhadap variable dependen dapat digunakan tingkat signifikansi $=5\% = 0,05$. Asumsinya jika probabilitas t lebih besar 5% maka tidak ada pengaruh dari variable independen terhadap variable dependen. Begitu juga sebaliknya.

Uji secara bersama-sama (uji f)

Menurut (Sugiyono., 2020) Uji f dilakukan untuk membuktikan apakah variabel-variabel bebas (X) berpengaruh terhadap variable terikat (Y). Jika nilai α yang digunakan lebih kecil $5\%=0,05$ maka menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti bahwa variable bebas mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variable terikat secara simultan (bersama-sama). Begitu juga sebaliknya.

Uji Koefisien Determinan (R^2)

Determinan digunakan untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Jika $R^2 = 1$ maka angka tersebut menunjukkan garis regresi cocok dengan data secara sempurna

a, jika $R^2 = 0$ akan mempunyai arti bahwa tidak ada pengaruh antar variabel independen terhadap variabel dependen. Hal ini berarti model yang digunakan tidak kuat menerangkan pengaruh variabel independen yang diteliti terhadap variabel dependen. $KD = R^2 \times 100\%$

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari Kualitas Layanan dan Kualitas Produk *Mobile Banking* sebagai variabel independen dan kepuasan nasabah sebagai variabel dependen. Data variabel-variabel tersebut diperoleh dari hasil kuesioner yang telah disebar sebanyak 100 responden. Berikut adalah hasil analisa terhadap jawaban responden.

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, maka hasil pengujian validitas dan reliabilitas adalah sebagai berikut:

- 1) Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kualitas Layanan Bank Sinarmas

Tabel 1**Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan Bank Sinarmas**

	Item-Total Statistics			Cronbach's Alpha if Item Deleted
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	
Menyediakan layanan untuk kritik, saran dan aduan masalah	38.49	36.071	0.594	0.950
Layanan memberikan kemudahan dalam bertransaksi	38.39	34.968	0.835	0.940
layanan dapat di akses dengan cepat dan dapat diandalkan	38.65	32.816	0.812	0.941
memberikan informasi data keuangan secara lengkap dan akurat	38.55	34.109	0.787	0.942
Layanan dapat digunakan kapan saja dan dapat beroperasi dengan baik	38.43	35.136	0.771	0.943
memberi keamanan data transaksi yang dilakukan	38.39	34.180	0.785	0.942
memberi pelayanan yang tepat dan terpercaya dalam setiap kendala	38.48	34.636	0.800	0.941

layanan dapat memenuhi informasi yang dibutuhkan	38.47	34.252	0.828	0.940
layanan menyediakan menu yang jelas dan mudah dipahami	38.42	34.933	0.811	0.941
layanan mobile banking memiliki tampilan yang selalu berkembang	38.48	34.434	0.809	0.941

Sumber: Data yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel 1 di atas, dapat diketahui bahwa variabel Kualitas Layanan Bank Sinarmas (X1) adalah valid karena nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dibanding 0.3. Dalam penelitian ini berarti semua item dalam instrumen memenuhi persyaratan validitas secara statistik serta dapat mengukur dengan tepat.

Tabel 2
Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Layanan Bank Sinarmas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.948	10

Sumber: Data yang diolah, 2021

Berdasarkan *Reliability Statistic* di atas, nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,948 untuk variabel Kualitas Layanan Bank Sinarmas (X1). Reliabilitas suatu konstruk variabel dikatakan baik jika nilai *Cronbach's Alpha* > dari 0,6. Jadi variabel untuk variabel Kualitas Layanan Bank Sinarmas (X1) dikatakan reliabel dan apabila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama pula.

2) Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kualitas Produk *Mobile Banking*

Tabel 3
Hasil Uji Validitas Kualitas Produk *Mobile Banking*

	Item-Total Statistics			
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Aplikasi Mobile Banking Simobi dapat diakses kapanpun dan dimanapun	38.61	26.321	0.632	0.921
Aplikasi Mobile Banking Simobi dapat memberikan kecepatan, kemudahan, dan kenyamanan dalam bertransaksi	38.67	26.122	0.694	0.918
Aplikasi Mobile Banking Simobi merupakan perangkat yang sangat handal (dapat diandalkan)	38.68	25.533	0.770	0.914
Aplikasi Mobile Banking Simobi tidak pernah mengalami kegagalan dalam bertransaksi	38.90	24.434	0.671	0.922
Mobile Banking Simobi memiliki fitur yang beragam seperti pembelian, pembayaran, transfer dan lain-lain	38.61	26.220	0.733	0.916
Mobile Banking Simobi menyediakan fitur sesuai dengan kebutuhan nasabah	38.67	26.183	0.702	0.917
Aplikasi Mobile Banking Simobi tidak mudah rusak karna adanya pembaruan dan dapat digunakan jangka panjang	38.72	25.133	0.761	0.914

Mobile Banking Simobi konsisten beroperasi dengan baik	38.66	25.499	0.768	0.914
Mobile Banking Simobi didesain secara sederhana sehingga mudah dimengerti	38.60	26.566	0.694	0.918
Mobile Banking Simobi didesain secara jelas menarik dan informative	38.61	26.139	0.746	0.915

Sumber: Data yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel 3 di atas, dapat diketahui bahwa variabel Kualitas Produk *Mobile Banking* (X2) adalah valid karena nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dibanding 0.3. Dalam penelitian ini berarti semua item dalam instrumen memenuhi persyaratan validitas secara statistik serta dapat mengukur dengan tepat.

Tabel 4
Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk *Mobile Banking*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.924	10

Sumber: Data yang diolah, 2021

Berdasarkan *Reliability Statistics* di atas, nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,924 untuk variabel Kualitas Produk *Mobile Banking* (X2). Reliabilitas suatu konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > dari 0,6. Jadi variabel dikatakan reliabel dan apabila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama pula.

3) Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kepuasan Nasabah (Y).

Tabel 5
Hasil Uji Validitas Kepuasan Nasabah

	Item-Total Statistics			
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Secara keseluruhan saya merasa puas dengan layanan yang diberikan oleh Mobile Banking Simobi	38.36	29.061	0.772	0.924
Secara keseluruhan saya merasa puas dengan kinerja produk Mobile Banking Simobi	38.41	28.204	0.713	0.927
Layanan yang diberikan oleh Mobile Banking Simobi sesuai dengan harapan saya	38.44	28.107	0.800	0.922
Fitur - fitur yang disediakan oleh Mobile Banking Simobi sesuai dengan kebutuhan saya	38.35	29.058	0.711	0.927
saya selalu menggunakan layanan Mobile Banking Simobi secara berulang	38.36	29.021	0.643	0.930
saya akan menggunakan kembali layanan Mobile Banking Simobi karena memberikan kemudahan dalam bertransaksi	38.23	29.189	0.713	0.927
saya akan memberitahukan kepada orang lain bahwa Mobile Banking Simobi nyaman digunakan untuk bertransaksi	38.49	28.050	0.726	.0926
saya lebih menyarankan kepada teman/kerabat untuk menggunakan Mobile Banking Simobi daripada produk electronic banking lainnya	38.51	27.586	0.742	0.926
Saya merasa puas penyediaan untuk complain dan kesalahan dalam bertransaksi	38.30	28.434	0.767	0.924



Tanggung jawab atas kesalahan dari sistem atau dari pelayanan.	38.31	28.256	0.778	0.923
--	-------	--------	-------	-------

Sumber: Data yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel 5 di atas, dapat diketahui bahwa variabel kepuasan nasabah (Y) adalah valid karena *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dibanding 0,3. Dalam penelitian ini berarti semua item dalam instrumen memenuhi persyaratan validitas secara statistik serta dapat mengukur dengan tepat.

Tabel 6
Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Nasabah

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.933	10

Sumber: Data yang diolah, 2021

Berdasarkan *Reliability Statistics* di atas, nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,933 untuk variabel kepuasan nasabah (Y). Reliabilitas suatu konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > dari 0,6. Jadi variabel untuk variabel kepuasan nasabah (Y) dikatakan reliabel dan apabila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama pula.

Uji Asumsi Klasik

Berdasarkan hasil pengujian segala penyimpangan klasik terhadap data penelitian dapat dijelaskan sebagai berikut :

Uji Normalitas

Uji normalitas data bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Pada uji normalitas data ini digunakan uji normalitas data menggunakan *Kolmogorov-Smirnov* yang dipadukan dengan kurva *Normal P-P Plots*, maka untuk mengetahui normalitas dari data penelitian menyajikan tabel sebagai berikut:

Tabel 7
Hasil Uji Normalitas Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.37883729
Most Extreme Differences	Absolute	0.180
	Positive	0.153
	Negative	-.180
Test Statistic		0.180
Asymp. Sig. (2-tailed)		0.077 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: Data yang diolah, 2021

Berdasarkan hasil output SPSS pada tabel 7 di atas menunjukkan bahwa didasarkan uji *one-sample Kolmogorov-Smirnov Test* diperoleh nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,077 lebih besar dari 0,05. Hal ini membuktikan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas



Uji multikolinieritas bertujuan untuk mendeteksi adanya multikolinieritas, dikatakan adanya multikolinieritas jika nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) tidak lebih dari 10 maka model terbebas dari multikolinieritas.

Tabel 8
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	X1	0.313	3.195
	X2	0.313	3.195

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data yang diolah, 2021

Berdasarkan *coefficient* pada tabel 8 dapat diketahui bahwa nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) 3,195 untuk variabel Kualitas Layanan Bank Sinarmas (X1), dan 3,195 untuk variabel Kualitas Produk *Mobile Banking* (X2). Hasil ini berarti variabel terbebas dari asumsi klasik multikolinieritas, karena hasilnya lebih kecil dari 10.

Uji Heterokedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, Imam, 2016). Pada penelitian ini digunakan uji Glejser untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas. Hasil uji Heteroskedastisitas dengan menggunakan uji Glejser adalah sebagai berikut :

Tabel 9
Hasil Uji Heterokedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.711	1.343		4.251	0.000
	X1	.013	.053	.047	.246	0.807
	X2	-.109	.061	-.340	-1.791	0.076

a. Dependent Variable: Abs_Res

Sumber: Data yang diolah, 202

Dalam tabel coefficient dapat anda perhatikan bahwa nilai standar error kurang dari satu, yaitu X1 = 0,53 dan X2 = 0,61 dimana keduanya kurang dari satu. Serta nilai koefisien beta juga kurang dari satu dimana X1 = 0,047 dan X2 = -0,340. Maka dapat dikatakan bahwa nilai standar error rendah dan multikolinieritas tidak terdeteksi. Selanjutnya pastikan lagi dengan nilai rentang upper dan lowerbound confidence interval, apakah lebar atau sempit. kemudian dari nilai signifikansi variabel independen lebih besar dari tingkat signifikansi sebesar 0,05.

Uji Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui ada tidaknya keeratan hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil uji regresi linier berganda dalam penelitian ini dapat dilihat dalam tabel berikut ini :

Tabel 10
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.737	1.864		0.931	0.354
	X1	.308	0.066	0.340	4.653	.000
	X2	.645	0.077	0.614	8.399	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel 10 diatas, diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 1,737 + 0,308 X_1 + 0,645 X_2, \text{ Keterangan:}$$

X_1 : Kualitas Layanan Bank Sinarmas

X_2 : Kualitas Produk *Mobile Banking*

Y : Kepuasan Nasabah

Hasil Pengujian Hipotesis

Uji Hipotesis secara parsial (Uji t)

Uji t cara parsial atau sendiri-sendiri variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Berikut adalah tabel uji t dalam SPSS 25.

Tabel 11
Hasil Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.737	1.864		.931	0.354
	X1	0.308	0.066	0.340	4.653	0.000
	X2	0.645	0.077	0.614	8.399	0.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data yang diolah, 2021

Dari tabel 11 diketahui bahwa t_{tabel} untuk $df = n - k = 100 - 3 = 97$ (dimana n ialah jumlah responden dan k merupakan jumlah variabel) dengan $\alpha = 0,025 (0,05/2)$ ialah sebesar 2,28. Agar mengetahui hipotesa yang diajukan signifikan atau tidak, maka perlu membandingkan antara t_{hitung} dengan t_{tabel} . Dimana jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_1 dapat diterima dan sebaliknya jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_1 ditolak.

Berdasarkan hasil analisis regresi secara parsial mendapatkan hasil Kualitas Layanan t_{hitung} sebesar 4,653 lebih besar dari t_{tabel} yaitu 2,28 dan nilai signifikan Kualitas layanan sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai α 0,05. Karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel} (4,653 > 2,28)$ dan signifikansi $(0,000 < 0,05)$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa Kualitas Layanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Sinarmas.

Berdasarkan hasil analisis regresi secara parsial di dapat nilai Kualitas Produk *Mobile Banking* t_{hitung} senilai 8,399 lebih besar dari t_{tabel} yaitu 2,28 dan nilai signifikan Produk *Internet Banking* sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai α 0,05. Karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel} (8,399 > 2,28)$ dan signifikansi $(0,000 < 0,05)$ maka H_0 ditolak dan H_2 diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa Kualitas produk *Mobile Banking* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Sinarmas.

Uji Hipotesis secara simultan (Uji F)



Uji f biasanya digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh secara simultan antara Kualitas Layanan dan Kualitas Produk *Mobile Banking* terhadap kepuasan nasabah Bank Sinarmas. Jika nilai Sig. lebih kecil dari 0,05 maka secara bersamaan/simultan variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Berdasarkan uji SPSS 25 di peroleh hasil sebagai berikut :

Tabel 12
Hasil Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2896.812	2	1448.406	250.783	.000 ^b
	Residual	560.228	97	5.776		
	Total	3457.040	99			

a. Dependent Variable: Y
 b. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber: Data yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel 12 diatas, maka memperlihatkan hasil uji F, dengan diketahui F_{hitung} sebesar 250.783 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. F_{tabel} bisa diketahui pada tabel statistik dengan signifikansi 0,05, $df_1 = k-1$ atau $3-1 = 2$ dan $df_2 = n-k$ atau $100-3 = 97$ (k adalah jumlah variabel) diketahui f_{tabel} pada penelitian ini senilai 3.09. dikarenakan $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $250,783 > 3,09$ dan nilai Sig. $(0,000) < (0,05)$, maka dapat disimpulkan H_0 ditolak dan menerima H_3 , yaitu secara bersamaan/simultan variabel Kualitas Layanan dan Kualitas Produk *Mobile Banking* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Sinarmas.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel bebas yaitu Kualitas Layanan dan Kualitas Produk *Mobile Banking* terhadap variabel terikat yaitu kepuasan nasabah.

Tabel 13
Hasill Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.915 ^a	0.838	0.835	2.403

a. Predictors: (Constant), X2, X1
 b. Dependent Variable: Y

Sumber Data yang diolah, 2021

V. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

- 1) Pengaruh Variabel Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pt Bank Sinarmas Tbk. Hasil peneliti yang sudah melakukan penelitian menggambarkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, terbukti dengan pengujian yang memperlihatkan bahwa nilai t hitung lebih besar dari t tabel. Untuk nilai signifikansi kualitas layanan lebih kecil dari probabilitas, maka dapat disimpulkan bahwa menolak H_0 dan menerima H_1 maknanya ialah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pt bank sinarmas tbk.
- 2) Pengaruh Variabel Kualitas Produk Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pt Bank Sinarmas Tbk. Hasil peneliti juga sudah melakukan penelitian yang menggambarkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, terbukti dengan pengujian yang memperlihatkan bahwa nilai t hitung lebih besar dari t tabel. Untuk nilai signifikansi kualitas produk lebih kecil dari probabilitas, maka dapat disimpulkan bahwa menolak H_0 dan menerima H_1 maknanya ialah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pt bank sinarmas tbk.



- 3) Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pt bank Sinarmas Tbk. Kualitas layanan dan kualitas produk secara bersamaan menunjukkan hasil positif berpengaruh simultan dan secara signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal tersebut menunjukkan bahwa kepuasan nasabah bank sinarmas dipengaruhi oleh kualitas layanan dan kualitas produk mobile banking. Namun dalam hasil penelitian ini kualitas produk memiliki pengaruh yang lebih besar dibanding kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah, hal ini dapat dilihat dari tabel Standardized Coefficients Beta menunjukkan nilai kualitas layanan sebesar 0,340 sedangkan nilai kualitas produk sebesar 0,614.

Saran

- 1) Bagi Bank Sinarmas Tbk disarankan untuk terus berupaya menjaga dan mempertahankan kualitas layanan dan kualitas produk mobile banking karna keduanya memiliki peran yang sangat kuat untuk mencapai kepuasan nasabah.
- 2) Bank harus melakukan peningkatan setiap tahunnya jaminan dan keamanan untuk nasabah dalam penggunaan mobile banking agar hasil evaluasi dapat stabil yang wajib dipenuhi sehingga nasabah beralasan untuk memberikan dasar yang baik dalam pelayanan untuk penggunaan ulang.
- 3) Bank juga harus memberikan ide inovasi fitur yang lebih menarik dibanding pesaing, juga harus mengontrol kinerjanya mampu memengaruhi penggunaan ulang oleh nasabah.
- 4) Nasabah harus diberikan hak yang seharusnya didapatkan jika bank dapat memprioritaskan maka fitur mobile banking akan dapat diandalkan berikut dengan konsistensi fitur yang disediakan agar nasabah memberikan dasar yang baik dalam ketersediaan untuk merekomendasikan mobile banking.

VI. DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin; Tantri., Francis;. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Dermawan Wibisono,. (2013). *Panduan penyusunan skripsi, tesis & disertasi*. (Nikodemus WK, Ed.) Jogjakarta: Andi Offset.
- Fandy, Tjiptono. (2011). *Service Management "Mewujudkan Layanan Prima"* (Vol.). Yogyakarta:: Andi.
- Fandy, Tjiptono. (2014). *Manajemen Jasa* (Vol. Pertama). ,Yogyakarta: Andi Offset.
- Fandy, Tjiptono.; , Gregorius Chandra;. (2016). *Service, Quality & Satisfaction Edisi 4*. Yogyakarta: Andi.
- Fandy, Tjiptono; Greforius, Chandra. (2016). *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta:: Andi.
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS 23 (Cetakan ke 8)* (Vol. cetakan ke 8). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hardiyansyah. (2011). *Kualitas Pelayanan Publik Konsep, Dimensi, Indikator dan Implementasinya*. Yogyakarta: Gava Media. From <https://www.gavamedia.net/produk-245-kualitas-pelayanan-publik-konsep-dimensi-indikator-dan-implementasinya.html>
- Indonesia, Ikatan Bankir. (2017). *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan* (Vol. November 2017). Jakarta: :Pt Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler. (2016). *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium*. (B. Molan, Ed.) Jakarta: Prehalindo.
- Kotler, Philip. (2016). *Manajemen Pemasaran. Jilid 1 dan 2*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip. (2016). *Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: . Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler, Philip; Keller, Kevin Lane;. (2016). . *Manajemen Pemasaran, Jilid 1* (Vols. Keduabelas, Jilid 1). Jakarta: PT. Indeks.

- Kotler, Philip; Keller, Kevin Lane;. (2016). *Manajemen Pemasaran Jilid 2* (Alih Bahasa : Bob Sabran ed., Vol. 2 edisi ke 13). Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat. (2011). *Manajemen Pemasaran Jasa* (Vol. edisi 2). Jakarta.: Salemba Empat.
- Philips kotler; , Amstrong. ;. (2016). *Prinsip-prinsip pemasaran Jilid 1* (Vols. , Edisi keduabelas). Jakarta: Erlangga.
- Rangkuti, Freddy. (2013). *Customer Service Satisfaction & Call Center Berdasarkan Iso 9001*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. From <https://books.google.co.id/books?id=BqBLDwAAQBAJ&printsec=copyright&hl=id#v=onepage&q&f=false>
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitataif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung:: Alfabeta.
- Supranto. (2006). *Pengukuran Kualitas Layanan, UGM.* , Yogyakarta.
- Sutopo, & Suryanto, A. (2009). *Pelayanan Prima*. Jakarta, DKI Jakarta, Jakarta: Lembaga Administrasi Negara. From <https://pu.go.id/pustaka/biblio/pelayanan-prima/46J43>

