



**PENGARUH KUALITAS LAYANAN MOBILE BANGKING
TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PT.BANK
MANIDIRI KCP VETERAN KOTA PALEMBANG**

NAMA : NOPIKA
NIM : 21.11.079
PROGRAM STUDI : ADMINISTRASI PUBLIK

ABSTRACT

Nopika, 21.11.079 The Effect of Mobile Banking Service Quality on Customer Satisfaction at PT. Bank Mandiri, Veteran Branch, Palembang City, Department of Public Administration, Satya Negara State College of Public Administration (STIA), Palembang. Main Advisor (1) Ir. Heru Adi Putranto, M.Sidan, Assistant Advisor (11) Dhanial, SE., M.Kom

At Bank Mandiri, mobile banking services have been widely used by customers from various backgrounds. However, there has been no in-depth research on the extent to which mobile banking service quality affects customer satisfaction levels in the region. Therefore, it is important to conduct research aimed at determining the effect of mobile banking service quality on customer satisfaction at PT. Bank Mandiri, Veteran Branch, Palembang City.

This study aims to analyze the effect of mobile banking service quality on customer satisfaction at PT. Bank Mandiri, Veteran Branch, Palembang City.

Based on the results, the quality of Mandiri M-Banking services has a significant effect on customer satisfaction. This is evidenced by a significance value of 0.000 (<0.05) and a regression coefficient of 0.518, indicating that improved service quality will be followed by increased customer satisfaction. Furthermore, the coefficient of determination (R Square) of 0.612 indicates that 61.2% of customer satisfaction can be explained by service quality, while the remaining 38.8% is influenced by other factors. These findings indicate that

service quality, which includes convenience, security, ease, and practicality, is a significant factor in shaping customer satisfaction with the use of Mandiri M-Banking. This indicates that the Mandiri M-Banking Application Service provides benefits by facilitating user transactions and providing customer satisfaction.

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Era globalisasi telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk di bidang ekonomi dan keuangan. Dalam era ini, kesejahteraan masyarakat tidak terlepas dari aktivitas ekonomi yang melibatkan lembaga keuangan seperti perbankan. Sebagai salah satu pilar utama dalam sistem keuangan, perbankan memiliki peran penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi masyarakat, baik di tingkat nasional maupun internasional (Setiawan & Nugraha, 2020). Persaingan dalam industri perbankan semakin kompetitif, menuntut setiap lembaga keuangan untuk beradaptasi terhadap perkembangan teknologi, regulasi, dan kebutuhan nasabah yang terus berkembang (Kotler & Keller, 2016).

Di Indonesia, terdapat berbagai lembaga keuangan yang memiliki peran penting dalam mendukung perekonomian negara. Lembaga keuangan ini terbagi

menjadi dua jenis lembaga keuangan bank dan lembaga keuangan non bank. Bank merupakan lembaga keuangan yang utama karena berfungsi sebagai perantara antara pihak yang memiliki dana dan pihak yang membutuhkan dana, serta memainkan peran penting dalam sistem pembayaran dan stabilitas ekonomi (Mishkin, 2019). Bank di Indonesia terbagi menjadi tiga macam berdasarkan fungsinya, yaitu bank sentral, bank umum dan bank perkreditan rakyat (BPR). Bank yang melayani masyarakat luas dalam penghimpunan dana dan pemberian kredit. Contohnya: Bank Mandiri, BRI, BCA, dan BNI. Masing-masing bank ini memiliki peran strategis dalam mendukung perekonomian masyarakat. Bank Mandiri, BRI, dan BNI, dimiliki oleh pemerintah dan berfungsi untuk mendukung kebijakan ekonomi nasional, termasuk pembiayaan pembangunan dan pemberdayaan masyarakat. Di sisi lain, bank swasta, seperti Bank Central Asia (BCA), lebih berfokus pada pelayanan

komersial dengan menawarkan berbagai produk inovatif untuk memenuhi kebutuhan nasabah yang beragam (Siamat, 2018).

Kualitas pelayanan yang baik tidak hanya mencakup kecepatan, ketepatan, dan keramahan dalam memberikan layanan, tetapi juga keandalan sistem dan kemudahan akses terhadap produk dan layanan yang ditawarkan oleh bank (Kotler & Keller, 2016). tuntutan dan ekspektasi nasabah terhadap pelayanan perbankan terus berkembang, terutama karena perubahan gaya hidup dan kemajuan teknologi. Nasabah menginginkan pelayanan yang lebih cepat, mudah, dan efisien, sehingga kelemahan dalam layanan seperti antrian panjang atau respons lambat dapat menurunkan kepuasan mereka (Parasuraman, Zeithaml, & Malhotra, 2005).

Menghadapi tantangan kualitas pelayanan yang ada di dunia perbankan saat ini, perbaikan kualitas pelayanan sangat penting untuk meningkatkan kepuasan nasabah. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk mengkaji lebih dalam mengenai digital. indikasi masalah inilah yang semakin mendorong penulis untuk meneliti secara ilmiah sejauh mana **“Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Mandiri”**
Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang penelitian dan luasnya pokok bahasan di atas, maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah apakah Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Kepuasan Nasabah ?

Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini Untuk menganalisa pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Mandiri (Persero) Tbk Cabang Veteran Kota Palembang.

Hipotesis

Berdasarkan perumusan masalah, untuk mencapai tujuan penelitian maka diduga Ada pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Mandiri Persero, Tbk Cabang Veteran Kota Palembang.

Kriteria Penguji Hipotesis

Dalam pengujian hipotesis, tingkat signifikansi sering digunakan sebagai dasar untuk menentukan keputusan penolakan atau penerimaan hipotesis nol (Sugiyono, 2019). Penelitian ini menggunakan uji persial (uji t) untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Menurut (Sugiyono, 2019) uji t adalah pengujian hipotesis yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Uji t merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah

yang menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih.

BAB II

LANDASAN TEORI

Kualitas Pelayanan Publik

Kualitas adalah karakteristik dari suatu produk atau jasa yang membantu kebutuhan pelanggan langsung atau tidak langsung dan berdasarkan pengalaman actual pelanggan yang sesuai dengan harapan dan kebutuhan pelanggan, kualitas juga sebagai kunci untuk penyedia jasa dan produk untuk meningkatkan persaingan di dunia bisnis. (sulistiyowati, 2018). Menurut aranningrum kualitas dibagi menjadi 2 pengertian pokok yaitu kualitas terdiri dari sejumlah kelebihan suatu produk baik kelebihan langsung maupun atraktif yang mempengaruhi keinginan pelanggan yang menimbulkan rasa kepuasan atas penggunaan produk itu, yang kedua kualitas terdiri dari segala sesuatu yang bebas dari kerusakan dan kekurangan (aranningrum, 2013). Kualitas layanan memiliki beberapa model yang digunakan untuk mengukurnya yaitu servqual, servperf, retail service, quality (rsqs) serta model lainnya model lainnya membahas model-model yang disesuaikan lebih spesifik untuk suatu jenis bisnis tertentu. Secara umum kualitas pelayanan publik mengacu pada sejauh mana pelayanan yang

diberikan oleh institusi atau organisasi publik mampu memenuhi kebutuhan dan harapan masyarakat secara efektif, efisien, dan memuaskan. Pelayanan publik mencakup berbagai layanan yang disediakan oleh pemerintah atau badan usaha milik negara (bumn) kepada masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraan. menurut beberapa ahli, kualitas pelayanan publik didefinisikan sebagai berikut:

Dimensi kualitas pelayanan publik sering mengacu pada model SERVQUAL yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988). Model SERVQUAL adalah salah satu pendekatan yang paling sering digunakan untuk mengukur kualitas layanan. Dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988), SERVQUAL menyediakan kerangka kerja untuk memahami sejauh mana layanan yang diberikan dapat memenuhi harapan pelanggan. Dalam model ini, kualitas layanan diukur berdasarkan lima Dimensi utama

1. Tangibles (Bukti Fisik)

Tangibles atau bukti fisik adalah salah satu dimensi dalam model SERVQUAL yang berkaitan dengan elemen-elemen fisik yang dapat diamati langsung oleh pelanggan. Dimensi ini berfokus pada penampilan fasilitas, peralatan, materi komunikasi, dan personel yang digunakan dalam penyampaian

layanan. Elemen tangibles menjadi penting karena pelanggan sering kali menilai kualitas layanan berdasarkan kesan awal yang mereka peroleh dari aspek-aspek fisik ini. Tangibles merujuk pada semua bentuk bukti nyata yang mendukung proses pelayanan. Dalam konteks layanan publik atau bisnis, tangibles mencakup segala hal yang dapat dilihat, disentuh, dan dirasakan oleh pelanggan. Dimensi ini penting karena memberikan kesan pertama kepada pelanggan dan memengaruhi persepsi mereka terhadap kualitas layanan,

2. Reliability (Keandalan)

Layanan Reliability atau keandalan adalah salah satu dimensi dalam model SERVQUAL yang mengukur sejauh mana penyedia layanan dapat memberikan layanan yang konsisten dan akurat sesuai dengan yang dijanjikan. Dimensi ini sangat penting karena pelanggan cenderung menilai kualitas layanan berdasarkan kemampuan penyedia layanan untuk memenuhi janji secara tepat waktu dan tanpa kesalahan. Keandalan (reliability) dalam konteks layanan merujuk pada kemampuan penyedia layanan untuk memberikan layanan yang sesuai dengan harapan dan yang dijanjikan kepada pelanggan. Artinya, layanan yang diberikan harus dapat

diandalkan, bebas dari kesalahan, dan disampaikan tepat waktu.

3. Responsiveness (Ketanggapan)

Responsiveness atau ketanggapan adalah salah satu dimensi utama dalam model SERVQUAL yang mengukur sejauh mana penyedia layanan siap untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan secara cepat dan efektif. Ketanggapan berfokus pada kecepatan, kesiapan, dan keinginan penyedia layanan untuk memenuhi kebutuhan atau mengatasi masalah pelanggan. Ketanggapan merujuk pada kemampuan dan kesiapan penyedia layanan untuk memberikan bantuan atau menyelesaikan masalah pelanggan dengan cepat dan efisien. Layanan yang responsif menunjukkan bahwa penyedia layanan berkomitmen untuk memperhatikan kebutuhan pelanggan dan siap memberikan dukungan dalam waktu yang singkat.

4. Assurance (Jaminan)

Assurance atau jaminan adalah salah satu dimensi dalam model SERVQUAL yang mengukur sejauh mana penyedia layanan memberikan rasa aman, percaya diri, dan kepercayaan kepada pelanggan melalui kompetensi, kemampuan, dan sikap profesional dalam memberikan layanan. Dimensi ini berkaitan dengan pengetahuan dan keterampilan personel layanan, serta kemampuan mereka untuk meyakinkan pelanggan bahwa

mereka berada dalam tangan yang tepat. Assurance merujuk pada kemampuan penyedia layanan untuk memberikan rasa aman dan percaya diri kepada pelanggan. Hal ini berkaitan dengan tingkat keahlian staf atau personel layanan, serta kemampuan mereka untuk menunjukkan kompetensi dan memberikan jaminan bahwa pelanggan akan menerima layanan yang benar-benar sesuai dengan harapan.

5. Empathy (Empati)

Empathy atau empati adalah dimensi dalam model SERVQUAL yang mengukur sejauh mana penyedia layanan dapat memahami dan merasakan kebutuhan serta keinginan pelanggan. Dimensi ini berfokus pada perhatian personal yang diberikan kepada pelanggan dan sejauh mana penyedia layanan berusaha memahami masalah atau situasi pelanggan dengan cara yang penuh perhatian dan peduli.

Dimensi SERVQUAL ini memberikan landasan yang kuat untuk mengukur kualitas layanan, terutama dalam konteks layanan publik atau layanan berbasis teknologi. Dengan memahami setiap dimensi ini, organisasi dapat mengidentifikasi kesenjangan layanan dan merancang strategi perbaikan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

E-Banking Sebagai Inovasi Pelayanan Publik

Mols, N., mengemukakan bahwa e-banking sebagai inovasi dalam sektor perbankan memberikan banyak manfaat, seperti peningkatan aksesibilitas bagi masyarakat, pengurangan biaya operasional, dan meningkatkan efisiensi dalam pelayanan. Dalam perspektif pelayanan publik, e-banking membantu memudahkan masyarakat dalam mengakses layanan keuangan, terutama di daerah-daerah yang sulit dijangkau oleh cabang bank fisik. e-banking tidak hanya menyediakan akses yang lebih cepat, tetapi juga membuat pengalaman nasabah lebih personalisasi dan sesuai dengan kebutuhan individu mereka. Manfaat e-banking dalam pelayanan publik menurut Mols, N., dan Bukh dapat dilihat dari beberapa perspektif, terutama dalam hal peningkatan efisiensi dan kemudahan akses bagi pengguna. Berdasarkan penelitian mereka, e-banking memiliki berbagai keuntungan, di antaranya:

1. Peningkatan Aksesibilitas

E-banking memungkinkan masyarakat untuk mengakses layanan perbankan dan keuangan kapan saja dan di mana saja, tanpa harus mengunjungi bank fisik. Hal ini sangat bermanfaat bagi mereka yang tinggal di daerah terpencil atau memiliki keterbatasan mobilitas.

2. Efisiensi Waktu dan Biaya

Dengan e-banking, transaksi dapat dilakukan secara instan, yang mengurangi waktu tunggu dan

antrian di kantor bank. Selain itu, biaya operasional yang terkait dengan layanan perbankan juga dapat ditekan, karena prosesnya lebih otomatis dan digital.

3. Inklusi Keuangan

E-banking mendukung inklusi keuangan dengan memudahkan akses bagi individu yang sebelumnya tidak terlayani oleh sistem perbankan tradisional. Ini mencakup individu dengan pendapatan rendah atau mereka yang tidak memiliki akses ke cabang bank fisik.

4. Transparansi dan Akuntabilitas

E-banking dapat meningkatkan transparansi dalam transaksi keuangan dan pemerintahan, karena semua transaksi tercatat secara digital dan dapat diakses oleh pihak yang berwenang. Hal ini juga membantu dalam mengurangi potensi praktik korupsi dalam pengelolaan keuangan publik.

5. Peningkatan Kepuasan Pelanggan

Penggunaan e-banking dalam pelayanan publik seringkali meningkatkan kepuasan pengguna karena kemudahan dan kenyamanan yang ditawarkan. Ini menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih baik, yang penting dalam pelayanan publik.

Dengan manfaat-manfaat tersebut, e-banking berperan besar dalam meningkatkan kualitas

pelayanan publik, khususnya dalam sektor keuangan dan perbankan.

Salah satu keuntungan besar dari penerapan e-banking adalah pengurangan biaya operasional bagi bank. Sebelumnya, bank harus menyediakan berbagai cabang fisik yang memerlukan banyak staf, ruang kantor, dan peralatan. Namun, dengan adanya e-banking, banyak transaksi dapat dilakukan secara digital, yang mengurangi kebutuhan akan sumber daya fisik dan staf di cabang. Bank dapat mengurangi pengeluaran untuk operasional cabang dan staf yang terlibat dalam transaksi manual, sementara nasabah masih bisa menikmati layanan yang efisien dan hemat waktu. Hal ini juga mengurangi biaya administrasi yang biasanya terkait dengan pencatatan transaksi manual, yang sering kali rentan terhadap kesalahan manusia. Keuntungan besar dari e-banking adalah kemampuan untuk memberikan layanan 24 jam sehari, 7 hari seminggu. Pelanggan tidak lagi terbatas oleh jam operasional bank fisik. Ini memungkinkan nasabah untuk mengakses layanan kapan saja, yang meningkatkan kenyamanan dan kepuasan pelanggan. E-banking memungkinkan nasabah melakukan transaksi pada malam hari, akhir pekan, atau hari libur tanpa harus menunggu waktu kerja bank. Beberapa bank juga menawarkan dukungan pelanggan melalui chatbots, email, atau telepon yang dapat diakses kapan

saja. Dengan demikian, bank dapat meningkatkan kualitas layanan dan memberikan pengalaman yang lebih baik kepada nasabah.

E-banking dianggap sebagai salah satu inovasi besar dalam pelayanan publik. E-Banking membawa berbagai perubahan signifikan dalam cara bank memberikan layanan, baik dari segi efisiensi, keamanan, aksesibilitas, maupun personalisasi. Selain itu, e-banking juga memperkuat inklusi keuangan dengan memungkinkan lebih banyak orang untuk mengakses layanan keuangan, meskipun mereka berada di tempat terpencil atau memiliki keterbatasan fisik.

1. Kecepatan dan kemudahan yang ditawarkan oleh e-banking mempermudah masyarakat untuk melakukan transaksi dengan lebih efisien.
2. Keamanan dan perlindungan data menjadi fokus penting untuk menjaga kepercayaan pelanggan.
3. Biaya operasional yang lebih rendah membantu bank mengalokasikan sumber daya secara lebih optimal.

Salah satu tantangan terbesar dalam implementasi e-banking adalah keamanan data dan transaksi. Bank harus memastikan bahwa informasi yang dikirimkan oleh nasabah tetap aman dan tidak jatuh ke tangan yang salah. buku Laudon, K.C., & Laudon Menjelaskan bahwa keamanan data menjadi hal yang sangat krusial dalam penyediaan

layanan e-banking yang dapat dipercaya. Bank menggunakan berbagai teknologi seperti enkripsi, autentikasi dua faktor, dan firewall untuk melindungi informasi pribadi nasabah dan mencegah akses tidak sah. Sistem ini memastikan bahwa transaksi yang dilakukan nasabah melalui platform digital aman dan terlindungi dari ancaman dunia maya. Keamanan ini penting untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap layanan e-banking, yang pada gilirannya meningkatkan loyalitas pelanggan. Dengan e-banking, bank dapat memanfaatkan data analitik untuk memberikan layanan yang lebih personal kepada nasabah. Melalui teknologi, bank dapat memahami preferensi finansial nasabah, seperti kebiasaan transaksi, tujuan tabungan, atau produk yang digunakan. Berdasarkan informasi ini, bank dapat menawarkan produk yang lebih relevan dengan kebutuhan nasabah. Misalnya, bank dapat menawarkan produk pinjaman atau investasi yang sesuai dengan profil keuangan dan tujuan nasabah. Platform e-banking sering kali dirancang dengan antarmuka yang intuitif untuk memastikan nasabah dapat dengan mudah mengakses berbagai fitur tanpa kesulitan. Dengan cara ini, e-banking tidak hanya menyediakan akses yang lebih cepat, tetapi juga membuat pengalaman nasabah lebih personalisasi dan sesuai dengan

kebutuhan individu mereka. E-Banking berperan penting dalam transformasi digital sektor keuangan, dan memberikan nilai tambah bagi pelanggan dengan cara memberikan layanan yang lebih baik, lebih cepat, dan lebih aman.

Peran BUMN Dalam Pelayanan Publik

Badan Usaha Milik Negara (BUMN) memainkan peran penting dalam pelayanan publik di Indonesia. Sebagai BUMN, memiliki tanggung jawab untuk tidak hanya mencari keuntungan, tetapi juga memberikan kontribusi kepada masyarakat melalui penyediaan layanan publik yang berkualitas. Sebagai entitas yang dimiliki oleh negara, BUMN harus memastikan bahwa pelayanan publik yang mereka berikan dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat dengan kualitas yang baik. Pelayanan publik ini tidak hanya terkait dengan layanan di sektor keuangan, tetapi juga mencakup layanan di bidang energi, transportasi, telekomunikasi, dan infrastruktur yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat. BUMN berperan sebagai penyedia layanan publik yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, menciptakan keadilan sosial, dan memastikan aksesibilitas yang merata kepada seluruh rakyat Indonesia. Sebagai bagian dari negara, BUMN juga berkewajiban untuk menyediakan layanan yang berkualitas sesuai dengan standar

yang ditetapkan. Mereka harus menyediakan layanan yang dapat diakses secara adil dan merata, serta memberikan pelayanan yang sesuai dengan hak-hak masyarakat.

UU No. 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik mengatur tata cara penyelenggaraan layanan publik yang baik dan efektif, yang bertujuan untuk memberikan pelayanan terbaik bagi masyarakat. Dalam konteks ini, BUMN memiliki peran sentral dalam mewujudkan tujuan tersebut, terutama mengamanatkan setiap penyedia layanan publik, termasuk BUMN, untuk memiliki standar layanan yang jelas dan terukur. Hal ini penting untuk memastikan pelayanan yang diberikan dapat memenuhi kebutuhan masyarakat secara maksimal. UU ini juga mengatur bahwa pelayanan publik harus akuntabel, yang berarti BUMN harus dapat mempertanggungjawabkan pelayanan yang mereka berikan kepada masyarakat. Pelayanan yang dilakukan oleh BUMN harus bersifat transparan, dengan memberikan informasi yang cukup mengenai pelayanan yang diberikan, serta memudahkan masyarakat dalam memperoleh informasi tersebut. BUMN juga harus mendorong partisipasi masyarakat dalam proses perbaikan dan peningkatan kualitas layanan publik yang mereka berikan. Hal ini bisa dilakukan dengan memberikan ruang bagi masukan dan saran dari

masyarakat yang dilayani. UU ini mengatur bahwa pelayanan publik harus berorientasi pada kebutuhan masyarakat, yang berarti BUMN sebagai penyedia layanan harus mampu mendengarkan dan memahami kebutuhan serta harapan masyarakat.

BUMN sebagai penyedia pelayanan publik memiliki tanggung jawab untuk menjalankan prinsip-prinsip dalam UU ini, di antaranya:

1. Penyelenggaraan layanan sesuai standar yang sudah ditetapkan.
2. Menjamin aksesibilitas layanan bagi masyarakat luas, termasuk daerah terpencil.
3. Menghormati hak-hak pengguna layanan untuk mendapatkan pelayanan yang adil dan transparan.
4. Meningkatkan kualitas dan efisiensi pelayanan publik dengan menggunakan teknologi dan inovasi terbaru.

Keputusan Menteri BUMN Per-12/MBU/2012 memberikan pedoman yang lebih rinci tentang penyelenggaraan pelayanan publik oleh BUMN. Dalam keputusan ini, BUMN diminta untuk meningkatkan kualitas layanan dengan menggunakan indeks kepuasan pelanggan sebagai salah satu indikator utama. BUMN harus:

1. Menyediakan pelayanan yang tepat waktu.
2. Meningkatkan keterampilan sumber daya manusia dalam

memberikan layanan yang ramah, cepat, dan profesional.

3. Menggunakan sistem informasi yang efektif untuk mempercepat dan mempermudah pelayanan.

Dalam peraturan ini, diatur bahwa BUMN harus menyediakan layanan yang memenuhi hak pelanggan, seperti:

1. Menjamin ketersediaan layanan yang terjangkau oleh semua lapisan masyarakat.
2. Memberikan kompensasi atau ganti rugi kepada pelanggan apabila layanan yang diberikan tidak memenuhi standar kualitas yang telah ditetapkan.

BUMN diharapkan untuk lebih terbuka terhadap partisipasi masyarakat dan memberi ruang bagi pelanggan untuk memberikan masukan dan keluhan tentang layanan yang mereka terima. Keputusan ini menekankan pentingnya pengawasan eksternal dalam memastikan pelayanan tetap berjalan dengan baik dan sesuai dengan harapan masyarakat. Keputusan Menteri ini juga mengatur bahwa BUMN perlu terus mengembangkan inovasi dalam pelayanan untuk memenuhi harapan pelanggan yang semakin tinggi. Inovasi bisa berupa pemanfaatan teknologi, penerapan sistem informasi modern, atau penciptaan layanan baru yang lebih efisien.

Dalam praktiknya, peran BUMN dalam pelayanan publik dapat dilihat dalam berbagai sektor, seperti:

1. Perbankan (Bank Mandiri, BRI, BND): Memberikan layanan perbankan yang tidak hanya terbatas pada cabang fisik, tetapi juga melalui mobile banking, internet banking, dan layanan lainnya yang menjangkau lebih banyak masyarakat.
2. Energi (PLN): Menyediakan listrik dengan kualitas yang terjamin dan berusaha meningkatkan infrastruktur agar dapat menjangkau seluruh masyarakat Indonesia, termasuk daerah yang selama ini terisolasi.
3. Transportasi (Kereta Api, Angkutan Laut): Meningkatkan aksesibilitas transportasi publik bagi masyarakat dengan berbagai fasilitas dan tarif yang terjangkau, serta meningkatkan kualitas dan keamanan layanan.

Peran BUMN dalam pelayanan publik sangat penting dalam mewujudkan pelayanan yang berkualitas, adil, dan terjangkau bagi seluruh lapisan masyarakat. Berdasarkan UU No. 25 Tahun 2009 dan Keputusan Menteri BUMN Per-12/MBu/2012, BUMN diharapkan untuk memenuhi standar layanan yang tinggi, menjaga akuntabilitas dan transparansi, serta terus berinovasi untuk meningkatkan

kualitas layanan yang diberikan kepada masyarakat.

Kerangka Berpikir

Menurut (Sugiyono, 2012:272), struktur pemikiran adalah model konseptual tentang bagaimana suatu teori berhubungan dengan berbagai faktor yang diidentifikasi sebagai isu penting. Struktur pemikiran berisi teori, pernyataan, atau konsep yang digunakan sebagai dasar penelitian. Uraian dalam struktur berpikir ini menjelaskan hubungan dan hubungan antar variabel penelitian. Bank perlu memperhatikan apa yang mereka anggap penting agar nasabah merasa puas dengan kualitas pelayanan dan layanan e-banking.

Indikasi permasalahan :

1. Aplikasi Livin by Mandiri (Berlogo warna kuning) memiliki beberapa keluhan dari beberapa pengguna seperti sistem yang masih suka error.
2. Fitur yang ada belum memenuhi kebutuhan dari beberapa pengguna berdasarkan keluhan yang disampaikan pada ulasan playstore.
3. Design pada aplikasi saat ini tidak semenarik aplikasi sebelumnya dan belum lebih baik dari versi sebelumnya.

Permasalahan:

kualitas layanan E-Banking Bank Mandiri di area Palembang

Instrumen analisis data :

1. kuesioner(angket)

2. analisis deskriptif
Hasil/sintesa : menganalisis kualitas pelayanan e-banking

BAB III

PROSEDUR PENELITIAN

Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan. (Sugiyono, 2015:8).

Variabel Penelitian

Variabel Penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2015:38). Variabel pada penelitian ini terdapat dia macam, meliputi:

1. Variabel Independen (variabel bebas)

Variabel independen (variabel bebas) adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). (Sugiyono, 2015:39). Pada penelitian ini variabel independen yaitu kualitas pelayanan (X).

2. Variabel Dependen (variabel terikat)

Variabel Dependen (variabel terikat) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. (Sugiyono, 2015:39). Pada penelitian ini variabel dependen adalah kepuasan nasabah (Y).

Karena penelitian ini fokus pada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah, maka variabel pada penelitian ini adalah kualitas pelayanan, dan kepuasan nasabah pada layanan yang diberikan oleh PT Bank Mandiri Persero Tbk di Cabang Veteran Kota Palembang.

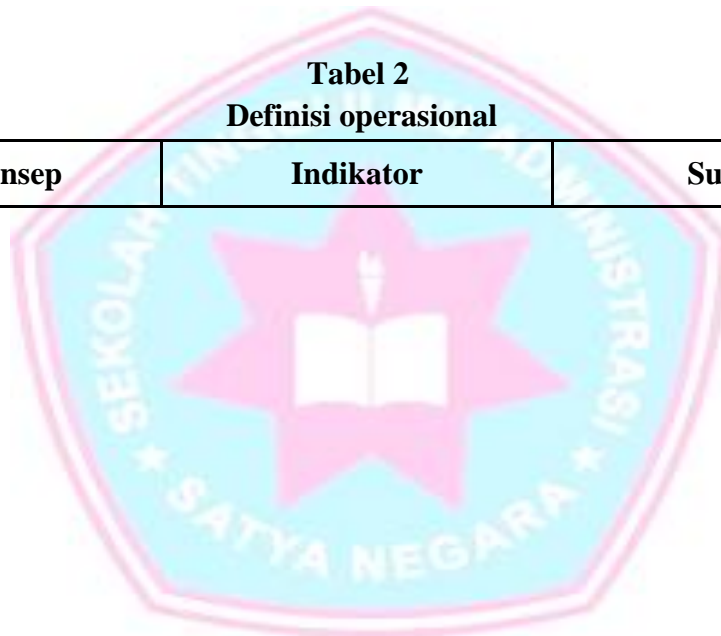
3.3 Definisi Operasional

Sugiyono (2017:38) menjelaskan definisi operasional adalah definisi yang diberikan kepada suatu variabel atau konsep dengan memberikan arti atau menspesifikasikan kegiatan atau proses yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut. Zikmund et al. (2013) menjelaskan definisi operasional adalah deskripsi yang rinci dari prosedur yang digunakan untuk mengukur atau memanipulasi suatu variabel dalam konteks penelitian. Dalam penelitian ini yang menjadi definisi operasionalnya antara lain:



Tabel 2
Definisi operasional

No	Konsep	Indikator	Sub indikator
-----------	---------------	------------------	----------------------



1.	Kuliatas Pelayanan	<p>1. Bukti fisik (<i>Thangible</i>) 2. Keandalan (<i>Reliability</i>) 3. Daya tanggap (<i>Responsiveness</i>) 4. Jaminan (<i>Assurance</i>) 5. Empati (<i>Empathy</i>) Sumber :Parasuraman Dalam Lupiyoadi (2017:156)</p>	<p>1. Bukti Fisik (Tangibles) a. Kebersihan fasilitas fisik (ruangan, meja, kursi, dll.). b. Penampilan karyawan (seragam dan kebersihan diri). c. Ketersediaan fasilitas pendukung (parkir, AC, dan lainnya). d. Kecanggihan peralatan atau teknologi yang digunakan.</p> <p>2. Keandalan (Reliability) a. Ketepatan waktu dalam memberikan layanan. b. Konsistensi kualitas pelayanan yang diberikan. c. Kemampuan menyelesaikan masalah nasabah. d. Keakuratan informasi atau layanan yang diberikan.</p> <p>3. Daya Tanggap (<i>Respo nsiveness</i>) a. Kecepatan karyawan dalam merespons kebutuhan nasabah. b. Kesiediaan membantu nasabah kapan saja diperlukan.</p>
----	--------------------	---	---

Tabel 2 Lanjutan
Definisi operasional

			<p>c. Kemudahan dalam mengakses layanan.</p> <p>d. Sikap proaktif dalam memberikan solusi.</p> <p>4.Jaminan (Assurance)</p> <p>a. Pengetahuan dan kompetensi karyawan dalam melayani nasabah.</p> <p>b. Rasa aman yang dirasakan nasabah saat menggunakan layanan.</p> <p>c. Keramahan dan sopan santun karyawan.</p> <p>d. Kepercayaan nasabah terhadap perusahaan.</p> <p>5.Empati (Empathy)</p> <p>a. Perhatian karyawan terhadap kebutuhan individu nasabah.</p> <p>b. Pemahaman terhadap keluhan atau masalah nasabah.</p> <p>c. Kemudahan menghubungi pihak layanan.</p> <p>b. Fleksibilitas layanan sesuai kebutuhan nasabah.</p>
2.	Kepuasan Nasabah	<p>1. Kesesuaian Harapan</p> <p>2. Minat Berkunjung Kembali</p> <p>3. Kesiediaan Merekomendasi</p> <p>Sumber : Tjiptono (2014:101)</p>	<p>1. Kesuaian Harapan</p> <p>a.Kecepatan respons</p> <p>b.Ketepatan layanan</p> <p>c.Minat Berkunjung Kembali</p> <p>2. Minat Berkunjung Kembali</p> <p>a. Ketertarikan nasabah untuk terus menggunakan layanan yang sama.</p> <p>b. Kemungkinan merekomendasikan layanan kepada orang lain.</p> <p>c. Kecenderungan mencoba layanan baru yang ditawarkan perusahaan.</p>

			<p>3. Kesiediaan Merekomendasi Kemungkinan</p> <p>a. merekomendasikan layanan kepada orang lain.</p> <p>b. Seberapa sering pengguna sudah merekomendasikan produk kepada orang lain.</p>
--	--	--	--

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut (Sugiyono,2015) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lainnya, dalam penelitian ini jumlah populasi adalah 104 orang.

3.4.2 Sampel

Menurut (Sugiyono,2015:81) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari pada sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili).

Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian yaitu pengembalian sampel secara acak (random sampling) mengingat populasinya adalah 104 orang, maka sampel tersebut ditetapkan sebanyak 51 orang. Tidak memiliki angka tetap, jumlah sampel ditentukan berdasarkan rumus Slovin yang dikutip oleh Usman (2012) adalah sebagai berikut:

Rumus Slovin sebagai berikut

:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan :

- n = Jumlah sampel
- N = Jumlah Populasi
- e = persisi (10%)

Jumlah populasi dalam penelitian ini 104 sampel pada Bank Mandiri Persero Tbk Cabang Veteran Kota Palembang sehingga persentase kelonggaran yang digunakan adalah 10% dan hasil perhitungan dapat dibulatkan untuk mencapai kesesuaian. Maka untuk mengetahui sampel penelitian, dengan perhitungan sebagai berikut :

$$n = \frac{104}{1 + 104 (10\%)^2}$$

$$n = \frac{104}{1 + 104 (0,01)}$$

$$n = \frac{104}{1 + 1,5}$$

$$n = \frac{104}{2,5}$$

$$n = 51$$

3.5 Teknik Pengumpulan Data

1. Teknik pengumpulan data

Dalam penelitian "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah di PT Mandiri (Persero) Tbk Cabang Veteran di Palembang", penelitian ini menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan data. Kuesioner adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan mengajukan serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2015: 142).

2. Instrumen penelitian

Instrumen penelitian adalah alat ukur yang digunakan untuk mengumpulkan data (Osman 2012: 20). Menurut Sugiyono (2015: 93), skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, opini, dan persepsi individu atau kelompok terhadap fenomena sosial. Jika Anda memiliki panggilan telepon pribadi, sebaiknya gunakan untuk mendapatkan informasi lebih lanjut; ini akan sangat praktis. Tidak perlu khawatir tentang perbedaan antara pria dan wanita. Indikator juga dapat digunakan untuk menentukan item mana yang akan digunakan. Jawaban untuk setiap item pada skala Likert

mencakup kategori mulai dari sangat positif hingga sangat negatif, yang dapat mencakup kata-kata seperti:

- a. Sangat setuju (SS) = 5
- b. Setuju (S) = 4
- c. Netral (N) = 3
- d. Tidak setuju (TS) = 2
- e. Sangat Tidak Setuju (STS) = 1

3.6 Teknik Uji Coba Instrument

Sugiyono (2017:148), Alat penelitian adalah alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam dan sosial. Dalam penelitian ini, alat penelitian yang digunakan diuji validitas dan reliabilitasnya sebelum dilakukan pengolahan dan analisis data.

1. Uji Validitas

Digunakan Untuk mengukur validitas kuesioner, kuesioner dikatakan valid jika data yang terkandung di dalamnya mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Pengujian signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan tabel r untuk derajat kebebasan (df) = n-2, dalam hal ini n adalah jumlah sampel. Dalam penulisan teks, tabel dan nilai positifnya mungkin berbeda, tetapi indikatornya valid (Ghazali, 2016: 52). Pengujian ini menggunakan program SPSS (Statistical Product and Service Solutions). Uji validitas instrumen dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan korelasi product-moment dan (0,05), di mana instrumen dianggap valid jika nilai sig lebih besar dari 0,05.

2. Uji Reliabilitas

Digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach alpha > 0.60 (Ghozali, 2016:47)

3.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data meliputi proses pengumpulan data, pengorganisasian data secara sistematis dari hasil observasi, catatan lapangan, dan dokumentasi, pengkategorian data, pemilahannya menjadi unit-unit, sintesis informasi, penyusunannya menjadi pola-pola yang bermakna untuk analisis, dan penarikan kesimpulan yang mudah dipahami oleh peneliti maupun pihak lain (Sugiyono 2010:335). Penelitian ini menggunakan teknik analisis data kuantitatif untuk menguji pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y), dan untuk menentukan sejauh mana hubungan antara kedua variabel tersebut, dengan menggunakan instrumen-instrumen berikut:

1. Uji Hipotesis Persial (Uji T)

Uji T (Test T) adalah salah satu test statistik yang dipergunakan untuk menguji kebenaran atau

kepalsuan hipotesis yang menyatakan bahwa diantara dua buah mean sampel yang diambil secara random dari populasi yang sama, tidak terdapat perbedaan yang signifikan (sugiyono, 2010). *T-statistics* merupakan suatu nilai yang digunakan guna melihat tingkat signifikansi pada pengujian hipotesis dengan cara mencari nilai *T-statistics* melalui prosedur *bootstrapping*. Pada pengujian hipotesis dapat dikatakan signifikan ketika nilai *T-statistics* lebih besar dari 1,96, sedangkan jika nilai *T-statistics* kurang dari 1,96 maka dianggap tidak signifikan (Ghozali, 2016). Adapun kriteria dari uji statistik t (Ghozali, 2016):

1. Jika nilai signifikansi uji t $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya tidak ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai signifikansi uji t $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

2. Regresi Linear Sederhana

Regresi Linear sederhana merupakan metode statistik untuk menguji sejauh mana hubungan sebab akibat antara satu variabel independen (x) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh antar variabel independen

dan variabel dependen apakah berpengaruh positif atau negatif dan untuk memperdiksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Rumus Regresi Linier Sederhana yaitu :

$$Y = a + bx$$

Keterangan :

Y = Variabel dependen
(Kepuasan nasabah)

X = Variabel independen
(Kualitas pelayanan)

a = Konstanta (Nilai Y
apabila X = 0)

b = Koefisien regresi (Nilai
peningkatan ataupun penurunan)

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi adalah jenis pengujian hipotesis yang digunakan untuk mengukur persentase sumbangan variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Nilai koefisien berada di antara nilai 0 dan 1. Persentase variabel independen terhadap variabel dependen dinyatakan sangat sempurna jika semakin mendekati angka 1. Nilai R^2 yang kecil mengandung arti bahwa kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat sangat terbatas. Sebaliknya, nilai R^2 yang hampir mendekati angka 1 (satu) mengandung arti bahwa variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel penelitian (Ghozali, 2016).

3.8 Jadwal Kerja

Menurut Sugiyono (2015:91), jadwal kerja dalam penelitian merupakan bagian penting dalam perencanaan penelitian yang bertujuan untuk memastikan bahwa setiap tahapan penelitian dilakukan secara sistematis dan sesuai dengan waktu yang telah ditetapkan. Jadwal kerja ini membantu peneliti dalam mengelola waktu, menghindari keterlambatan, serta mengoptimalkan sumber daya yang tersedia. Untuk mempermudah dalam melaksanakan penelitian ini, maka penulis membuat jadwal kerja kegiatan penelitian. Adapun tabel pelaksanaan penyusunan proposal skripsi ini dapat dilihat pada tabel 8 di bawah ini



BAB V
HASIL PENELITIAN DAN
PEMBAHASAN
Uji Hipotesis T

Uji-t (t-test) adalah uji statistik yang digunakan untuk membandingkan rata-rata dua kelompok data. Uji ini sering digunakan untuk menguji hipotesis

tentang perbedaan rata-rata populasi. Dalam konteks regresi, uji-t digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil Uji Hipotesis T dapat dilihat pada tabel 34

Tabel 34
Uji Hipotesis T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.385	3.472		.111	.912
	Kualitas Layanan	.518	.059	.782	8.794	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber : IBM SPSS Versi 23

Konstanta (Constant):
Nilai B = 0.385 menunjukkan nilai konstanta regresi.

Nilai Sig. = 0.912 > 0.05, artinya konstanta tidak signifikan secara statistik.

Variabel Kualitas Layanan:
Nilai B = 0.518 berarti setiap kenaikan 1 unit pada variabel Kualitas Layanan akan meningkatkan nilai dependen sebesar 0.518 (jika variabel lain dianggap konstan).

Nilai Beta = 0.782 menunjukkan pengaruh variable

Kualitas Layanan terhadap variabel dependen cukup besar (karena mendekati 1).

Nilai t = 8.794 dan Sig. = 0.000 < 0.05, artinya variable Kualitas Layanan berpengaruh signifikan secara statistik terhadap variable dependen (Kepuasan Nasabah).

1. Uji Linear Sederhana

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Masyarakat dapat dihitung dengan menggunakan

rumus Regresi Sederhana yang didasarkan pada hubungan dua variabel yakni variabel bebas dengan variabel terikat dengan rumus sebagai berikut :

$$2. Y = a + b.X$$

Keterangan :

Y = Variabel dependen (nilai yang diprediksikan)

X = Variabel independen

a = Konstanta

b = Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

Kemudian data tersebut dikelola melalui SPSS 20 dapat dilihat pada tabel 35 :

Tabel 35 Uji Linear Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.385	3.472		.111	.912
	Kualitas Layanan	.518	.059	.782	8.794	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber : IBM SPSS Versi 23

Berdasarkan hasil uji linear sederhana bahwa Terdapat pengaruh yang signifikan secara statistik antara variabel Kualitas Layanan dan Kepuasan Nasabah, karena nilai signifikansi (p-value) adalah 0.000 (< 0.05). Selain itu, nilai koefisien beta standar sebesar 0.782 menunjukkan hubungan yang kuat dan positif.

7. Uji Determinasi

Uji determinasi, atau Koefisien Determinasi (Rsquared), adalah u

kurang statistik yang digunakan untuk mengevaluasi seberapa baik model regresi cocok dengan data. Secara sederhana, Rsquared menunjukkan proporsi variasi dalam variabel dependen (terikat) yang dapat dijelaskan oleh variabel independen (bebas) dalam model. Nilai Rsquared berkisar antara 0 dan 1, dengan nilai yang lebih tinggi menunjukkan kecocokan model yang lebih baik, Hasil uji Determinasi dapat dilihat pada tabel 36 :

**Tabel 36
Uji Determinasi**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.782 ^a	.612	.604	3.044
a. Predictors: (Constant), TOTAL				

Sumber : IBM SPSS Versi 23

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi (R^2) diperoleh nilai R Square sebesar 0,612. Hal ini menunjukkan bahwa sebesar 61,2% variabel TOTAL1 dapat dijelaskan oleh variabel TOTAL, sedangkan sisanya sebesar 38,8% dijelaskan oleh faktor lain di luar model. Dengan demikian, model regresi ini cukup baik dalam menjelaskan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai R 0,782 juga mengindikasikan adanya hubungan yang kuat antara kedua variabel.

Pembahasan

Pelayanan merupakan faktor penting dalam meningkatkan mutu kinerja lembaga, termasuk sektor perbankan digital, yang bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan melalui kualitas layanan. Dalam penelitian ini, peneliti berupaya menganalisis pengaruh kualitas layanan M-

Banking terhadap kepuasan nasabah di Bank Mandiri KCP Veteran Kota Palembang. Sebanyak 51 responden yang merupakan nasabah pengguna layanan M-

Banking dilibatkan, dan seluruh kuesioner yang disebar dapat dikembalikan dan diolah secara statistik.

Uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item dalam variabel Kualitas Layanan dan Kepuasan Nasabah adalah valid karena nilai r hitung lebih besar dari r tabel (0,275). Uji reliabilitas pun menguatkan hal ini, dengan nilai Cronbach's Alpha 0,849 u

ntuk kualitas layanan dan 0,860 untuk kepuasan nasabah, yang berarti bahwa instrumen penelitian sangat reliabel dan konsisten.

Dari uji regresi linear sederhana, didapatkan persamaan regresi $Y = 0.385 + 0.518X$ Artinya, apabila tidak ada peningkatan dalam kualitas layanan, maka kepuasan nasabah tetap berada pada nilai 0,385. Namun, setiap peningkatan 1 unit pada kualitas layanan akan meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 0,518 poin.

Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan M-Banking Mandiri berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini ditunjukkan melalui hasil uji t dengan nilai signifikansi 0,000 ($< 0,05$) dan nilai koefisien regresi sebesar 0,518. Artinya, setiap peningkatan dalam kualitas layanan akan meningkatkan kepuasan nasabah secara langsung. Hasil ini diperkuat oleh nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,612, yang menunjukkan bahwa 61,2% variasi dalam kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh kualitas layanan, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model. Dengan demikian, kualitas layanan yang mencakup kenyamanan, keamanan, kemudahan penggunaan, serta desain antarmuka yang ramah pengguna merupakan aspek penting dalam membentuk persepsi positif nasabah terhadap layanan M-Banking Mandiri.

Jika dibandingkan dengan penelitian terdahulu oleh Gede Yogi Pramana dan Ni Made Rastini, yang

meneliti pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepercayaan dan loyalitas nasabah Bank Mandiri Cabang Veteran Denpasar, ditemukan kesamaan temuan, yakni kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen. Meskipun objek penelitian mereka adalah layanan konvensional di kantor cabang, sedangkan penelitian ini berfokus pada layanan digital M-Banking, keduanya sepakat bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor utama dalam membentuk persepsi positif dan loyalitas atau kepuasan nasabah. Perbedaan konteks layanan ini justru memperkuat bahwa baik layanan tatap muka maupun digital sama-sama bergantung pada mutu pelayanan yang diberikan.

Demikian pula, hasil penelitian ini juga sejalan dengan temuan Sabilatus Salma (2021) yang menunjukkan koefisien regresi sebesar 0,924 dan signifikansi 0,000 dalam konteks pelayanan publik di Surabaya. Meski hasil regresi Salma lebih tinggi dari penelitian ini, keduanya menyimpulkan adanya pengaruh positif kualitas layanan terhadap kepuasan. Perbedaan ini dapat disebabkan oleh karakteristik responden dan bentuk layanan yang diteliti, namun inti temuan tetap konsisten: kualitas layanan menentukan tingkat kepuasan. Hal yang sama juga ditunjukkan dalam penelitian Fitri dan Madona (2017) pada Bank Syariah Mandiri KC 16 Ilir Palembang, di mana kualitas

pelayanan terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah berdasarkan uji t dan nilai signifikansi yang diperoleh.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini memperkuat teori dan temuan sebelumnya bahwa kualitas layanan, baik dalam bentuk konvensional maupun digital, merupakan elemen kunci dalam membangun kepuasan pelanggan. Temuan ini penting bagi Bank Mandiri, khususnya KCP Veteran Palembang, untuk terus meningkatkan mutu layanan digital, karena kenyamanan dan kepercayaan pengguna akan sangat menentukan loyalitas dan kepuasan mereka di tengah persaingan layanan perbankan digital yang semakin ketat.

BAB VI

SIMPULAN

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data, dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan M-Banking Mandiri berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($< 0,05$) dan koefisien regresi sebesar 0,518, yang menunjukkan bahwa peningkatan kualitas layanan akan diikuti oleh peningkatan kepuasan nasabah. Selain itu, nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,612 menunjukkan bahwa sebesar 61,2% kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh kualitas layanan, sedangkan sisanya sebesar

38,8% dipengaruhi oleh faktor lain. Temuan ini mengindikasikan bahwa kualitas layanan, yang mencakup kenyamanan, keamanan, kemudahan, dan kepraktisan, menjadi faktor penting dalam membentuk kepuasan nasabah terhadap penggunaan M-Banking Mandiri. Hal ini menunjukkan bahwa Layanan Aplikasi M-Banking Mandiri memberikan manfaat mempermudah pengguna untuk melakukan transaksi dan memberikan kepuasan terhadap nasabah.

Saran

Berdasarkan simpulan tersebut, disarankan kepada pihak Bank Mandiri untuk terus meningkatkan kualitas layanan M-Banking, khususnya dalam aspek keamanan transaksi dan perlindungan data pribadi, karena masih terdapat sebagian nasabah yang belum sepenuhnya yakin terhadap aspek tersebut. Selain itu, peningkatan kemudahan penggunaan aplikasi juga perlu menjadi perhatian agar dapat menjangkau lebih banyak segmen masyarakat, terutama yang belum terbiasa dengan teknologi digital. Diharapkan pula agar pihak bank secara berkala melakukan evaluasi dan survei kepuasan pelanggan untuk memastikan bahwa layanan yang diberikan tetap relevan dan sesuai dengan kebutuhan nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- Arman, M. (2019). *Customer Satisfaction & Loyalty: The Key to Business Success*.
- Bank Indonesia. (2018). *Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/8/PBI/2018 tentang Rasio Loan To Value Untuk Kredit Properti, Rasio Financing To Value Untuk Pembiayaan Properti, Dan Uang Muka Untuk Kredit Atau Pembiayaan Kendaraan Bermotor*. Bank Indonesia.
- Batinggi, A., & Badu, S. Q. (2017). *Manajemen Pelayanan Umum*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Heskett, J. L., Sasser, W. E., & Wheeler, J. (2008). *Ownership quotient: Putting the service profit chain to work for unbeatable competitive advantage*. Harvard Business Press.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Kasmir. (2012). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (Edisi Ketiga Belas). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson.

- Lupiyoadi, R., & Hamdani, A. (2009). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2011). *Services Marketing: People, Technology, Strategy* (7th ed.). Pearson Education.
- Moenir. (2018). *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Mishkin, F. S. (2019). *The Economics of Money, Banking, and Financial Markets* (12th ed.). Pearson.
- Purnama, M. (2018). *Kualitas Pelayanan*. Jakarta: Gunung Agung.
- Nur Rianto Al Arif. (2012). *Dasar-dasar Manajemen Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Setiawan, B., & Nugraha, R. (2020). *Peran Perbankan dalam Pertumbuhan Ekonomi Nasional dan Internasional*. Jakarta: Pustaka Finansial.
- Siamat, D. (2018). *Manajemen Lembaga Keuangan: Kebijakan Moneter dan Perbankan (Edisi ke-6)*. Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia
- Sulistiyowati, N. (2018). *Buku Ajar Kualitas Layanan: Teori dan Aplikasinya*. Umsida Press.
- Ratminto, & Winarsih, A. S. (2016). *Manajemen Pelayanan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Tjiptono, F. (2007). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm* (7th ed.). McGraw-Hill Education.
- Nur Rianto Al Arif. (2012). *Dasar-dasar Manajemen Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Parasuraman, A. (2008). *Service Quality and Customer Satisfaction: A Behavioral Perspective on Services Marketing*. Supriadi. (2004). *Manajemen Pelayanan Prima*. Jakarta: Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama.
- Oliver, R. L. (2019). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer* (2nd ed.). Routledge.
- Lupiyoadi, R. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Gerson, R. F. (2017). *Guaranteed Customer Satisfaction: A Strategic Approach to Total Quality*. CRC Press.
- Zakiy, M. (2017). *Strategi Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan dalam Bisnis*.
- Tjiptono, F. (2014). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Suprayogi, A. (2011). *Manajemen Kepuasan Pelanggan*.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Usman, H. (2012). *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: Bumi Aksara.

Lestari, N. P. D. S. (2024). *Pengaruh Motivasi Kerja terhadap Kinerja Pegawai dengan Kepuasan Kerja sebagai Variabel Mediasi pada Kantor SatPol PP Kabupaten Gianyar* (Doctoral dissertation, Universitas Mahasaraswati Denpasar).

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm* (7th ed.). McGraw-Hill Education.

Zikmund, W. G., Babin, B. J., Carr, J. C., & Griffin, M. (2013). *Business Research Methods* (9th ed.). South-Western Cengage Learning.