

Pengaruh Kualitas Layanan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Bank Mandiri (Persero), Tbk. KCP Bandung Cimindi

Adriansyah Eka Putra^a

Suci Fauziah^b

^{a,b} Universitas Sangga Buana, Bandung

^aadriansyah.eka@usbypkp.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi kualitas layanan mobile banking di PT. Bank Mandiri (Persero), Tbk. KCP Bandung Cimindi, serta menilai kepuasan nasabah yang memanfaatkan layanan tersebut. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengukur sejauh mana kualitas layanan mobile banking mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah di PT. Bank Mandiri (Persero), Tbk. KCP Bandung Cimindi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode kausal untuk menguji pengaruh kualitas layanan mobile banking terhadap kepuasan konsumen. Teknik pengambilan sampel yang diterapkan adalah probability sampling, dengan total sampel sebanyak 100 responden. Analisis data dilakukan melalui uji asumsi klasik dan uji hipotesis, yang meliputi analisis regresi linear sederhana, uji parsial (uji t), dan koefisien determinasi (R^2). Hasil uji hipotesis dengan uji t menunjukkan bahwa kualitas layanan mobile banking memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Mandiri (Persero), Tbk. KCP Bandung Cimindi. Hal ini dibuktikan dengan nilai $t = 15,177$ yang lebih besar dari $t = 0,195$, dengan tingkat signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan koefisien determinasi, ditemukan bahwa kualitas layanan mobile banking mempengaruhi kepuasan nasabah sebesar 70,22%, sementara sisanya, yaitu 29,78%, dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Dimensi kualitas layanan yang perlu diperbaiki adalah daya tanggap (responsiveness) dan empati (empathy).

Kata Kunci: Kualitas layanan, kepuasan konsumen, *mobile banking*.

Abstract

This study aims to evaluate the quality of mobile banking services at PT. Bank Mandiri (Persero), Tbk. KCP Bandung Cimindi, assess consumer satisfaction with these services, and examine the impact of service quality on customer satisfaction at PT. Bank Mandiri (Persero), Tbk. KCP Bandung Cimindi. The research employs a quantitative method with an associative approach. The sampling method used is probability sampling, with a sample size of 100 respondents. Data analysis involves classic assumption tests and hypothesis testing, including simple linear regression analysis, t-tests (partial tests), and the coefficient of determination (R^2). The t-test results indicate that the quality of mobile banking services significantly affects customer satisfaction at PT. Bank Mandiri (Persero), Tbk. KCP Bandung Cimindi. This is evidenced by a t-value of 15.177, which is greater than the t-table value of 0.195, with a significance level of 0.000, which is less than 0.05. The coefficient of determination results show that the quality of mobile banking services accounts for 70.22% of the variance in customer satisfaction, while the remaining 29.78% is influenced by other unexamined factors. The service quality dimensions that need improvement are responsiveness and empathy.

Keyword: Service Quality, Customer Satisfaction, Mobile Banking.

PENDAHULUAN

Latar Belakang Penelitian

Dunia bisnis telah berkembang, terutama dalam bidang teknologi informasi dan komunikasi, yang membuat proses bisnis lebih mudah. Semua aspek kehidupan manusia dipengaruhi oleh kemajuan teknologi, khususnya para pengusaha yang tengah membangun bisnis mereka. Sektor perbankan adalah salah satu industri yang memanfaatkan kemajuan teknologi dan informasi untuk memperbaiki

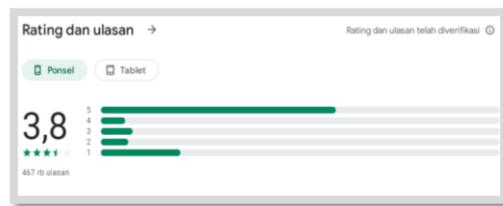
layanannya. Untuk meningkatkan layanan, bank telah meluncurkan layanan transaksi berbasis teknologi, yang dikenal sebagai perbankan digital. Perbankan digital merupakan layanan elektronik yang dirancang untuk mengoptimalkan pemanfaatan data pelanggan, sehingga dapat memberikan pelayanan yang lebih cepat, mudah, dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Layanan ini memungkinkan nasabah untuk melakukan transaksi secara mandiri, sambil memastikan aspek keamanan tetap terjaga (Mutiasari, 2020).

Sistem aplikasi perbankan yang diintegrasikan ke dalam *smartphone* memungkinkan pengguna untuk mengakses layanan tersebut kapan saja dan di mana saja dengan koneksi internet (Susilowati, A. G., Budi, A. S., & Puspita, 2023). Di Indonesia, beberapa bank memiliki layanan digital, seperti Bank BTPN (Jenius), Bank Bukopin (Wokee), Bank DBS (Digibank), Bank UOB (TMRW), Bank Jago (Jago), Bank Mandiri (Livin' by Mandiri), dan Bank BCA (Blu).

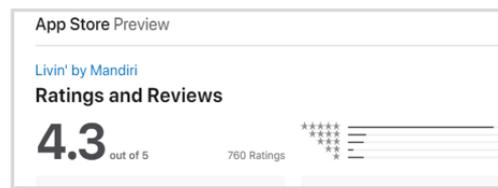
Saat ini, Indonesia dikenal sebagai negara dengan nilai transaksi ekonomi digital terbesar di Asia Tenggara. Transaksi ekonomi digital di negara ini telah mencapai USD 44 miliar dan diproyeksikan akan meningkat menjadi USD 124 miliar pada tahun 2025. Tren digitalisasi ini sejalan dengan meningkatnya penggunaan aplikasi mobile banking di Indonesia, yang tumbuh dari 33% pada Januari 2020 menjadi 39,2% pada Januari 2021. Tingginya penggunaan internet di Indonesia didukung oleh tarif internet yang terjangkau dan jumlah pengguna *smartphone* yang mencapai 167 juta orang, atau 89% dari total populasi (Sari, RD., et al., 2024). Setiap individu yang memiliki *smartphone* dapat memanfaatkan fasilitas ini untuk melakukan transaksi dengan mudah, di mana saja dan kapan saja. Dengan berbagai kemudahan layanan perbankan tersebut, diharapkan nasabah merasa puas dalam memanfaatkan beragam jasa yang disediakan oleh bank. Seiring dengan berkembangnya produk dan layanan yang ditawarkan oleh perbankan di era digital, persaingan menjadi semakin ketat. Oleh karena itu, untuk menjadi perusahaan perbankan yang lebih unggul dari para pesaing, diperlukan upaya untuk memberikan produk dan meningkatkan kualitas layanan secara maksimal demi kepuasan nasabah. Kepuasan konsumen adalah kunci untuk mencapai profitabilitas jangka panjang perusahaan (Sari, RD., 2023). Kepuasan konsumen menggambarkan selisih antara ekspektasi dan kinerja yang didapatkan. Apabila ekspektasi tinggi tetapi kualitas layanan yang diberikan hanya rata-rata, kepuasan tidak akan tercapai dan bahkan bisa menimbulkan kekecewaan pada konsumen. Sebaliknya, bila kualitas layanan melebihi ekspektasi, maka tingkat kepuasan akan meningkat. Sebaliknya, jika kualitas layanan melampaui harapan, tingkat kepuasan akan meningkat. Oleh karena itu, perbankan harus terus meningkatkan kualitas layanan serta memahami keinginan dan kebutuhan konsumen, karena hal ini menjadi parameter penting untuk memastikan keberlanjutan bisnis perbankan (M. N. Sari et al., 2024).

Salah satu dari banyak bank di Indonesia yang menggunakan layanan perbankan *mobile* adalah Bank Mandiri. Livin' By Mandiri, fitur *mobile banking* yang dikembangkan oleh Bank Mandiri, menawarkan banyak kemudahan bagi pengguna dalam melakukan transaksi keuangan. Namun, masih ada beberapa hambatan saat menggunakan fitur keuangan berbasis internet ini untuk bertransaksi.

Aplikasi *mobile banking* Livin' By Mandiri saat ini telah diunduh lebih dari 10 juta kali di *Google Play Store*. Dengan rating hanya 3.8/5 dari pengguna di *Google Play Store* dan 4.3/5 dari pengguna *App Store*, sehingga masih banyak yang perlu diperbaiki.



Gambar 1.
Rating *Mobile Banking* Livin' By Mandiri di *Google Play Store*
Sumber: *Google Play Store* (2023)



Gambar 2.
Rating *Mobile Banking* Livin' By Mandiri di *App Store*
Sumber: *App Store* (2023)

Gambar 1 dan 2 di atas menunjukkan bahwa ada 467 ribu ulasan pada *Google Play Store* dan 760 ulasan pada *App Store*. Dilihat dari kedua gambar tersebut masih banyak yang memberikan ulasan dengan rating satu bintang terutama pada rating di *Google Play Store*. Banyak ulasan yang menyatakan bahwa sistem sering mengalami *error*, terutama pada malam hari, yang menghambat transaksi. Selain itu, verifikasi pembuatan aplikasi *mobile banking* menjadi sulit, dan setelah *update*, banyak kendala yang menghalangi proses transaksi, seperti tidak munculnya bukti transaksi atau *crash* aplikasi. Konsumen tidak puas dengan layanan *mobile banking* karena masalah yang tidak sesuai dengan harapan mereka.

Bank Mandiri KCP Bandung Cimindi dipilih sebagai salah satu objek penelitian karena perlu terus berupaya meningkatkan kualitas layanan *mobile banking*. Kepuasan konsumen sangat dipengaruhi oleh kualitas layanan yang mereka inginkan, sehingga memastikan kualitas yang baik menjadi prioritas utama bagi bank. Berdasarkan penjelasan tersebut, muncul pertanyaan penelitian tentang mengapa kualitas layanan *mobile banking* mempengaruhi kepuasan konsumen. Dalam era digital saat ini, perbankan mengembangkan layanan digital, seperti *mobile banking*, yang menawarkan banyak manfaat bagi konsumen dalam penggunaannya (Mendrofa, S. A., et al., 2024). Kendala-kendala yang membuat konsumen kurang puas dalam penggunaan *mobile banking* ini khususnya pada nasabah Bank Mandiri KCP Bandung Cimindi, maka penulis berkeinginan untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai "Pengaruh Kualitas Layanan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Bank Mandiri (Persero), Tbk KCP Bandung Cimindi". Dan dalam penelitian ini selanjutnya objek penelitian akan disebut dengan Bank Mandiri KCP Bandung Cimindi agar lebih ringkas.

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Menilai kualitas layanan mobile banking di Bank Mandiri KCP Bandung Cimindi.
- 2) Mengukur tingkat kepuasan konsumen yang memanfaatkan layanan mobile banking di Bank Mandiri KCP Bandung Cimindi.
- 3) Menentukan seberapa besar pengaruh kualitas layanan mobile banking terhadap kepuasan konsumen di Bank Mandiri KCP Bandung Cimindi.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode kausal untuk menguji pengaruh kualitas layanan mobile banking terhadap kepuasan konsumen. Dilakukan uji regresi linear sederhana, yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh satu variabel terhadap variabel lain. Hasil analisisnya apakah hipotesis (H_a) diterima berarti hasil penelitian menyatakan adanya hubungan antar variable (Rnnanik, et al., 2021).

Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari sumbernya oleh pengumpul data. Peneliti mengumpulkan data ini secara langsung dari sumber utama atau lokasi di mana penelitian berlangsung.

1. Observasi: Ini adalah proses pengamatan dan pencatatan yang dilakukan secara berurutan. Pengamatan mencakup semua elemen yang muncul dalam fenomena terkait objek penelitian. Hasil dari pengamatan ini akan disusun dan dilaporkan secara sistematis sesuai dengan aturan yang berlaku.

2. Angket/Kuesioner: Teknik ini melibatkan pemberian serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. (Rnnanik, et al., 2021)

b. Data Sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data dalam penelitian ini bersumber dari dokumentasi dan studi pustaka.

1. Dokumentasi: Pengumpulan data dilakukan dengan memanfaatkan dokumen, buku, atau arsip yang tersedia di perusahaan, yang telah dipublikasikan dan relevan dengan penelitian. (Rnnanik, et al., 2021).

2. Studi pustaka merupakan metode pengumpulan data yang digunakan untuk mendapatkan informasi yang diperlukan dalam penelitian dengan meneliti literatur yang berhubungan dengan masalah yang sedang diteliti. (Fitria Widiyani et al., 2021).

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah KCP Bandung Cimindi tahun 2021 yang sudah menggunakan layanan *mobile banking* yaitu sebanyak 2.677 nasabah.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel (Rnnanik, et al., 2021). Dengan teknik berupa *simple random sampling* karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu

Rumus untuk menghitung ukuran sampel ketika jumlah populasi diketahui dapat menggunakan rumus Slovin, yaitu sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

n = ukuran sampel yang dicari

N = ukuran populasi

e = persen kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan (dalam penelitian ini digunakan 10%)

Dengan demikian diperoleh jumlah sampel sebesar:

$$n = \frac{2.677}{1 + 2.677(0,1)^2} = 96,39$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas dengan jumlah populasi 2.677 nasabah maka sampel dalam penelitian ini berjumlah 96.39 namun karena mengacu kepada kriteria yang diusulkan oleh (Hair et al., 2011) yaitu dengan teknik *Maximum Likelihood Estimation* (MLE), jumlah sampel yang baik berkisar antara 100-200 sampel sehingga peneliti memilih untuk menggunakan nilai minimum yaitu 100 sampel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, data dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner kepada nasabah Bank Mandiri KCP Bandung Cimindi yang memanfaatkan layanan mobile banking. Sebanyak 100 responden berpartisipasi, sesuai dengan perhitungan ukuran sampel penelitian. Kuesioner tersebut disebarkan secara online kepada nasabah melalui Google Form dengan menggunakan media sosial WhatsApp. Jumlah data yang terkumpul dari kuesioner ini mencapai 100 responden, sesuai dengan jumlah sampel yang diperlukan, dan kemudian diolah menggunakan IBM SPSS Statistics 20.

Karakteristik Responden

a. Berdasarkan jenis kelamin

Karakteristik responden yang didapatkan berdasarkan jawaban responden sebanyak 100 orang nasabah Bank Mandiri KCP Bandung Cimindi yang menggunakan layanan *mobile banking* Livin' by Mandiri berdasarkan jenis kelamin adalah sebagai berikut:

Tabel 1.

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persen
Laki-laki	50	50%
Perempuan	50	50%
Total	100	100%

Sumber: Data diolah peneliti (2023)

Berdasarkan Tabel 1 di atas, dari total 100 responden, distribusi sampel berdasarkan jenis kelamin adalah sama, yaitu 50% laki-laki (50 orang) dan 50% perempuan (50 orang).

b. Berdasarkan Usia

Karakteristik responden berdasarkan usia diperoleh dari jawaban 100 nasabah Bank Mandiri KCP Bandung Cimindi yang menggunakan layanan mobile banking Livin' by Mandiri, adalah sebagai berikut:

Tabel 2.

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persen
< 20 Tahun	2	2%
20 – 30 Tahun	49	49%
31 – 40 Tahun	38	38%
41 – 50 Tahun	4	4%
> 50 Tahun	7	7%
Total	100	100%

Sumber: Data diolah peneliti (2023)

Berdasarkan tabel 2 diatas diketahui bahwa dari total 100 orang responden, jumlah sampel terbanyak berdasarkan usia adalah usia 20-30 tahun dengan total 49 orang atau 49% dari jumlah keseluruhan responden.

c. Berdasarkan Pekerjaan

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan diperoleh dari jawaban 100 nasabah Bank Mandiri KCP Bandung Cimindi yang menggunakan layanan mobile banking Livin' by Mandiri, adalah sebagai berikut:

Tabel 3.

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persen
Pelajar/Mahasiswa	1	1%
Pegawai Negeri Sipil	1	1%
Pegawai BUMN	38	38%
Pegawai Swasta	45	45%
Profesional	3	3%
Wirausaha	1	1%
Lain-lain	11	11%
Total	100	100%

Sumber: Data diolah peneliti (2023)

Berdasarkan tabel 3 diatas diketahui bahwa dari total 100 orang responden, jumlah sampel terbanyak berdasarkan pekerjaan adalah sebagai pegawai swasta dengan total 45 orang atau 45% dari jumlah keseluruhan responden.

Hasil Instrumen Penelitian

a. Hasil Uji Validitas

Pengujian ini bertujuan untuk mengevaluasi validitas setiap item pernyataan dalam mengukur variabel yang dimaksud. Teknik korelasi yang digunakan untuk menguji validitas item pernyataan dalam penelitian ini adalah Pearson Product Moment. Apabila nilai koefisien korelasi dari item yang diuji lebih besar dari nilai r_{tabel} , yaitu 0,195, maka item tersebut dianggap valid. Hasil uji validitas kuesioner untuk variabel yang diteliti ditampilkan dalam tabel berikut:

Tabel 4.

Uji Validitas Variabel X (Kualitas Layanan)

Butir Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Pernyataan 1	0,561	0,195	Valid
Pernyataan 2	0,776	0,195	Valid
Pernyataan 3	0,745	0,195	Valid
Pernyataan 4	0,734	0,195	Valid
Pernyataan 5	0,603	0,195	Valid
Pernyataan 6	0,763	0,195	Valid
Pernyataan 7	0,780	0,195	Valid
Pernyataan 8	0,771	0,195	Valid
Pernyataan 9	0,823	0,195	Valid
Pernyataan 10	0,819	0,195	Valid
Pernyataan 11	0,753	0,195	Valid
Pernyataan 12	0,632	0,195	Valid

Sumber: Data diolah peneliti (2023)

Tabel 5.

Uji Validitas Variabel Y (Kepuasan Konsumen)

Butir Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Pernyataan 1	0,841	0,195	Valid
Pernyataan 2	0,783	0,195	Valid
Pernyataan 3	0,803	0,195	Valid
Pernyataan 4	0,819	0,195	Valid
Pernyataan 5	0,833	0,195	Valid
Pernyataan 6	0,802	0,195	Valid

Sumber: Data diolah peneliti (2023)

Berdasarkan tabel 4 dan tabel 5 di atas dapat diketahui hasil pengujian validitas instrumen pada kedua variabel penelitian. Berdasarkan hasil tersebut, terlihat bahwa semua item pernyataan memiliki koefisien validitas yang melebihi r_{tabel} 0,195. Oleh karena itu, item-item tersebut dapat digunakan sebagai instrumen pengukuran dalam penelitian dan layak untuk analisis selanjutnya.

b. Hasil Uji Reliabilitas

Tabel 6.

Hasil Uji Reliabilitas Variabel X Dan Variabel Y

Variabel	Indeks Reliabilitas	Nilai Kritis	Keterangan
Kualitas Layanan (X)	0,920	0,6	Reliabel

Variabel	Indeks Reliabilitas	Nilai Kritis	Keterangan
Kepuasan Konsumen (Y)	0,897	0,6	Reliabel

Sumber: Data diolah peneliti (2023)

Berdasarkan Tabel 6 mengenai uji reliabilitas, variabel kualitas layanan (X) dan variabel kepuasan konsumen (Y) menunjukkan reliabilitas yang baik karena memiliki koefisien reliabilitas yang melebihi nilai kritis 0,6. Seperti yang terlihat pada tabel, nilai Cronbach's Alpha yang diperoleh adalah 0,920 dan 0,897. Oleh karena itu, setiap pernyataan dalam kuesioner dapat digunakan sebagai instrumen untuk mengukur variabel yang ditetapkan dalam penelitian ini.

c. Analisis Deskriptif Data Penelitian

Deskripsi data hasil penelitian dapat menambah kedalaman pembahasan dengan menunjukkan bagaimana responden merespons setiap variabel yang diteliti. Untuk mempermudah interpretasi variabel yang diteliti, skor tanggapan responden dikategorikan. Prinsip pengkategorian ini menggunakan nilai rata-rata sebagai dasar untuk menetapkan klasifikasi penilaian. Perhitungan rata-rata digunakan untuk mengidentifikasi kecenderungan jawaban dari item-item pernyataan, sehingga dapat menggambarkan kondisi masing-masing variabel yang diteliti. Klasifikasi penilaian dalam penelitian ini ditetapkan berdasarkan jumlah skala pengukuran yang digunakan, yaitu terdiri dari lima klasifikasi. Berikut ini adalah persamaan untuk menghitung panjang kelas pada setiap interval (Sarbaini, S., & Yanti, 2023).

$$P = \frac{X_{\max} - X_{\min}}{b} = \frac{R}{b}$$

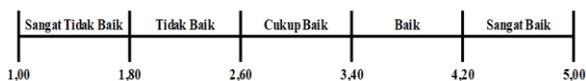
Keterangan:

- P = Panjang Kelas setiap Interval
- X_max = Nilai Maksimum
- X_min = Nilai Minimum
- R = Rentang
- b = Banyak Kelas

Dalam penelitian ini, nilai penilaian maksimum adalah lima dan nilai minimum adalah satu. Ketika nilai-nilai ini dimasukkan ke dalam persamaan sebelumnya, hasilnya adalah sebagai berikut:

$$P = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

Berdasarkan hasil perhitungan panjang kelas setiap interval disajikan klasifikasi kategori penilaian terhadap nilai rata-rata hitung, sebagai berikut:



Gambar 3.

Garis Kontinum Variabel Penelitian

Sumber: Data diolah peneliti (2023)

Rata-rata tersebut juga digunakan untuk mengkaji nilai dari variabel penelitian, yang dapat dijelaskan melalui tabel 7.

Tabel 7.
Kriteria Penilaian pada Variabel Penelitian

No.	Persentase	Kriteria
1	1,00 – 1,79	Sangat Tidak Baik
2	1,80 – 2,59	Tidak Baik
3	2,60 – 3,39	Cukup Baik
4	3,40 – 4,19	Baik
5	4,20 – 5,00	Sangat Baik

Sumber: Data diolah peneliti (2023)

- Hasil analisis deskriptif tanggapan responden mengenai variabel kualitas layanan dapat dilihat dalam tabel 8 berikut ini:

Tabel 8.

Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Layanan Mobile Banking

No.	Indikator	Skor	Rata-Rata	Keterangan
1.	Bukti Fisik (<i>Tangible</i>)	881	4,41	Sangat Baik
2.	Keandalan (<i>Reliability</i>)	1.742	4,36	Sangat Baik
3.	Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	847	4,24	Sangat Baik
4.	Jaminan (<i>Assurance</i>)	878	4,39	Sangat Baik
5.	Empati (<i>Empathy</i>)	849	4,25	Sangat Baik
Jumlah		5.197	4,33	Sangat Baik

Sumber: Data diolah peneliti (2023)

Berdasarkan Tabel 8 di atas, dapat dilihat rata-rata tanggapan responden mengenai variabel kualitas layanan (X). Secara keseluruhan, skor total yang diperoleh adalah 5.197, dengan nilai rata-rata tanggapan responden terhadap variabel kualitas layanan (X) sebesar 4,33. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan mobile banking di KCP Bandung Cimindi berada dalam kategori sangat baik.

- Hasil analisis deskriptif tanggapan responden mengenai variabel kepuasan konsumen dapat dilihat dalam tabel 9 berikut ini:

Tabel 9.

Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kepuasan Konsumen

No.	Indikator	Skor	Rata-Rata	Keterangan
1.	Kesesuaian Harapan	875	4,38	Sangat Baik
2.	Minat Berkunjung Kembali	871	4,36	Sangat Baik
3.	Kesediaan Merekomendasikan	863	4,32	Sangat Baik
Jumlah		2.609	4,35	Sangat Baik

Sumber: Data diolah peneliti (2023)

Dari Tabel 9 di atas, dapat dilihat rata-rata tanggapan responden mengenai variabel kepuasan konsumen (Y). Secara keseluruhan, skor total yang diperoleh adalah 2.609,

dan rata-rata tanggapan responden terhadap variabel kepuasan konsumen (Y) adalah 4,35. Ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen terhadap kualitas layanan mobile banking di KCP Bandung Cimindi berada dalam kategori sangat baik.

d. Hasil Uji Asumsi Klasik

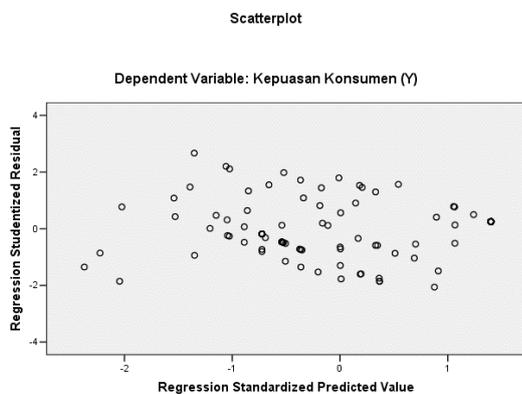
Sebelum membentuk model regresi, dilakukan terlebih dahulu pengujian asumsi klasik untuk memastikan bahwa model yang dihasilkan memberikan estimasi yang BLUE (Best, Linear, Unbiased, Estimator). Pengujian asumsi ini meliputi dua jenis pengujian: uji normalitas dan uji heteroskedastisitas.

1. Uji Normalitas

Data yang baik adalah data yang berdistribusi normal. Dengan menggunakan bantuan aplikasi program *IBM SPSS statistic 20* dengan metode *Kalmogorov-Smirnov*. Berdasarkan hasil uji normalitas (*Kalmogorov-Smirnov*) dapat diketahui nilai *sig.* pada uji normalitas dengan menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnovs* sebesar 0,100. Dikarenakan nilai *sig.* $0.100 > 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa residual data berdistribusi normal.

2. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menilai apakah ada perbedaan variansi residual antara pengamatan yang satu dengan yang lainnya dalam model regresi. Model regresi yang ideal adalah yang menunjukkan homoskedastisitas, atau tidak mengalami heteroskedastisitas. Salah satu cara untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas adalah dengan memeriksa grafik scatterplot antara nilai prediksi variabel dependen (ZPRED) dan residualnya (SRESID).



Gambar 4.

Uji Heteroskedastisitas *Scatterpolot*
 Sumber: Data diolah peneliti (2023)

Berdasarkan Gambar 4 di atas, titik-titik tampak tersebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu. Titik-titik ini tersebar di atas dan di bawah garis nol pada sumbu Y. Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada heteroskedastisitas dalam model regresi tersebut, sehingga model ini dapat digunakan untuk analisis selanjutnya. Dari uji asumsi klasik yang telah dilakukan, diketahui bahwa data dalam penelitian ini terdistribusi secara normal dan tidak menunjukkan adanya heteroskedastisitas, sehingga layak untuk analisis lebih lanjut.

e. Hasil Uji Hipotesis

1. Analisis Regresi Linear Sederhana Dengan menggunakan bantuan aplikasi program *IBM SPSS statistic 20*, DOI: 10.32897/dimmensi.v5i1.3401

didapat output hasil perhitungan regresi linear sederhana. Berdasarkan Hasil Perhitungan Nilai Koefisien Persamaan Regresi, dapat diketahui nilai konstanta dan koefisien regresi sehingga dapat dibentuk persamaan regresi sederhana sebagai berikut:

$$Y = 2,319 + 0,461X$$

Persamaan di atas dapat diartikan sebagai berikut:

a = 2,319 artinya jika Kualitas Layanan (X) bernilai nol (0), maka Kepuasan (Y) akan bernilai 2,319 satuan;

b = 0,461 artinya jika Kualitas Layanan (X) meningkat sebesar satu satuan, maka Kepuasan Konsumen (Y) akan meningkat sebesar 0,461 satuan.

2. Uji Parsial (uji t)

Hasil uji parsial (uji t) adalah sebagai berikut:

Hipotesis Penelitian:

H_0 = Kualitas layanan mobile banking tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Bank Mandiri KCP Bandung Cimindi

H_a = Kualitas layanan mobile banking berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Bank Mandiri KCP Bandung Cimindi

Hasil pengujian hipotesis, dapat diketahui nilai t_{hitung} yaitu 15,177 dan t_{tabel} sebesar 0,195. Dikarenakan $t_{hitung} 15,177 > t_{tabel} 0,195$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya kualitas layanan *mobile banking* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis koefisien determinasi digunakan untuk menilai sejauh mana satu variabel mempengaruhi variabel lainnya. Koefisien determinasi adalah hasil kuadrat dari koefisien korelasi. Setelah diketahui bahwa nilai R adalah 0,838, koefisien determinasi dapat dihitung dengan rumus:

$$KD = R^2 \times 100\% = (0,838)^2 \times 100\% = 70,22\%$$

Oleh karena itu, berdasarkan nilai koefisien determinasi, kepuasan konsumen (Y) dipengaruhi oleh kualitas layanan (X) sebesar 70,22%, sementara 29,78% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Pembahasan

Dari hasil pengolahan data responden yang telah dilakukan pada nasabah Bank Mandiri KCP Bandung Cimindi yang menggunakan layanan *mobile banking* *Livein'* by Mandiri berdasarkan jenis kelamin adalah sama banyak yaitu 50 orang atau 50% laki-laki dan 50 orang atau 50% perempuan. Karakteristik responden berdasarkan usia sebagian besar dari usia 20-30 tahun sebanyak 49 orang atau 49%. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan sebagian besar adalah pegawai swasta sebanyak 45 orang atau 45%.

a. Gambaran Kualitas Layanan *Mobile Banking* Bank Mandiri KCP Bandung Cimindi

Berdasarkan data yang diperoleh melalui jawaban responden berdasarkan jumlah sampel dalam penelitian,

dapat diketahui bahwa kualitas layanan *mobile banking* Bank Mandiri KCP Bandung Cimindi dikategorikan sangat baik dimata konsumen dapat dilihat dari rata-rata skor total yang diperoleh yaitu 4,33 yang masih berada di interval 4,20 – 5,00. Tetapi masih ada yang harus ditingkatkan kembali yaitu indikator daya tanggap (*responsiveness*) dan empati (*empathy*) karena merupakan indikator dengan rata-rata skor yang paling rendah diantara indikator yang lain. Indikator empati (*empathy*) dengan rata-rata skor 4,25 dan indikator daya tanggap (*responsiveness*) dengan rata-rata skor 4,24.

b. Gambaran Kepuasan Konsumen mengenai Kualitas Layanan *Mobile Banking* Bank Mandiri KCP Bandung Cimindi

Berdasarkan data yang diperoleh melalui jawaban responden berdasarkan jumlah sampel dalam penelitian, dapat diketahui bahwa kepuasan konsumen mengenai kualitas layanan *mobile banking* Bank Mandiri KCP Bandung Cimindi dikategorikan sangat baik dimata konsumen. Dapat dilihat dari rata-rata skor yaitu 4,35 yang berada pada interval 4,20 – 5,00. Nilai tertinggi sebesar 4,38 yaitu indikator kesesuaian harapan dan nilai terendah sebesar 4,32 yaitu indikator kesediaan merekomendasikan.

c. Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking terhadap Kepuasan Konsumen di Bank Mandiri KCP Bandung Cimindi.

Berdasarkan data yang diperoleh, kualitas layanan mobile banking memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen di Bank Mandiri KCP Bandung Cimindi. Hal ini dapat dilihat dari hasil pengolahan data melalui pengujian hipotesis yang telah dilakukan.

Dapat diketahui nilai t_{hitung} yaitu 15,177 dan t_{tabel} sebesar 0,195. Dikarenakan t_{hitung} 15,177 > t_{tabel} 0,195 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ maka hipotesis penelitian ini sudah terbukti dengan adanya data penelitian yang menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya kualitas layanan *mobile banking* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Besar pengaruh kualitas layanan *mobile banking* terhadap kepuasan konsumen dilihat dari hasil uji koefisien determinasi sebesar 0,838, yang berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y sebesar 70,22%, sedangkan sisanya yaitu 29,78% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Berdasarkan hasil analisis regresi linear sederhana apabila kepuasan konsumen tidak dilakukan perubahan maka bernilai positif sebesar 2.319 tetapi jika kualitas layanan *mobile banking* dilakukan perubahan maka akan meningkatkan kualitas layanan *mobile banking* sebesar 0,461, sehingga kualitas layanan *mobile banking* menjadi salah satu faktor perhatian yang sangat penting terhadap jalannya usaha dalam meningkatkan kepuasan konsumen Bank Mandiri KCP Bandung Cimindi.

Dengan demikian berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dilakukan variabel kualitas layanan *mobile banking* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Bank Mandiri KCP Bandung Cimindi. Hal ini telah terbukti secara empiris berdasarkan data yang telah ditemukan di lapangan dan diolah oleh peneliti.

SIMPULAN

Berdasarkan data yang diperoleh dari jawaban responden, kualitas layanan mobile banking Bank Mandiri KCP Bandung

DOI: 10.32897/dimmensi.v5i1.3401

Cimindi dinilai sangat baik oleh konsumen. Hal ini terlihat dari rata-rata skor total yang mencapai 4,33, yang berada dalam rentang 4,20 – 5,00. Tetapi masih ada yang harus ditingkatkan kembali yaitu indikator daya tanggap (*responsiveness*) dan empati (*empathy*) karena merupakan indikator dengan rata-rata skor yang paling rendah diantara indikator yang lain. Indikator empati (*empathy*) dengan rata-rata skor 4,25 dan indikator daya tanggap (*responsiveness*) dengan rata-rata skor 4,24.

Dari data yang diperoleh melalui jawaban responden, dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen terhadap kualitas layanan mobile banking Bank Mandiri KCP Bandung Cimindi dinilai sangat baik oleh konsumen. Hal ini terlihat dari rata-rata skor total sebesar 4,35, yang berada dalam rentang 4,20 – 5,00. Nilai tertinggi, sebesar 4,38, terdapat pada indikator kesesuaian harapan, sedangkan nilai terendah, sebesar 4,32, ada pada indikator minat merekomendasikan.

Berdasarkan uji hipotesis menggunakan uji t, ditemukan bahwa nilai thitung adalah 15,177 dan ttabel adalah 0,195. Karena thitung 15,177 lebih besar dari ttabel 0,195 dan tingkat signifikansi 0,000 kurang dari 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Ini berarti kualitas layanan mobile banking memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Besarnya pengaruh kualitas layanan mobile banking terhadap kepuasan konsumen dapat dilihat dari hasil uji koefisien determinasi sebesar 0,838, yang menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan (X) mempengaruhi variabel kepuasan konsumen (Y) sebesar 70,22%, sementara sisanya, 29,78%, dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Dari data yang diperoleh melalui jawaban responden, dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan mobile banking di Bank Mandiri KCP Bandung Cimindi dinilai sangat baik oleh konsumen, dengan rata-rata skor total mencapai 4,33, yang berada dalam rentang 4,20 – 5,00. Namun, terdapat beberapa aspek yang perlu ditingkatkan, yaitu indikator daya tanggap (*responsiveness*) dan empati (*empathy*), karena keduanya memiliki rata-rata skor terendah dibandingkan indikator lainnya, dengan skor masing-masing 4,25 dan 4,24. Selain itu, kepuasan konsumen terhadap kualitas layanan ini juga tercermin dari rata-rata skor total sebesar 4,35, yang berada dalam interval 4,20 – 5,00, dengan nilai tertinggi 4,38 pada indikator kesesuaian harapan dan nilai terendah 4,32 pada indikator minat merekomendasikan. Hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima, menunjukkan bahwa kualitas layanan mobile banking memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Pengaruh ini dapat dilihat dari hasil uji koefisien determinasi sebesar 0,838, yang berarti variabel kualitas layanan (X) mempengaruhi variabel kepuasan konsumen (Y) sebesar 70,22%, sementara sisanya, yaitu 29,78%, dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Oleh karena itu, disarankan agar Bank Mandiri KCP Bandung Cimindi meningkatkan aspek daya tanggap dan empati dalam layanan mobile banking mereka untuk lebih meningkatkan kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

Fitria Widiyani Roosinda; Ninik Sri Lestari, D. (2021). Metode Penelitian Kualitatif. In *Zahir Publishing* (Vol. 1).

Zahir Publishing.

Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a Silver Bullet. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(2), 139–152. <https://doi.org/10.2753/MTP1069-6679190202>

Mendrofa, S. A., Sari, M. N., Setyono, B. D. H., Sari, R. D., Gusti, J., Anwar, D. R., ... & Mardatillah, A. (2024). *Bisnis Startup*. MEGA PRESS NUSANTARA.

Mutiasari, A. I. (2020). Perkembangan industri perbankan di era digital. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 9(2), 32–4.

Rnnanik, Eka Pariyanti, Syaiful Bakri, Buchori, Susi Sulastri, Dede, Tri Mardiono, Sugiono, M. G. M. (2021). *Ilmu Manajemen di Era 4.0*. Perbit Adab.

Sarbaini, S., & Yanti, D. (2023). Prediksi Harga Beras Belida Di Kota Pekanbaru Menggunakan Fuzzy Time Series Cheng. *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Industri Terapan*, 2(3), 234-.

Sari, M. N., Hendriyani, C., Sari, R. D., Angraini, N., Kahar, A., & Abdurrahman Rahim Thaha. (2024). *The Magic Of Thinking Big in Business Administration* (1st ed.). Mega Press.

Sari, Ratna Deli, Hersusetiyati, Ekaputra, A. E., & Ihwani, N. (2024). Integrating TAM, Trust and Perceived Risk Factors on Emerging-Market Consumers' Attitude Towards Shopping for Muslim Fashion Online. *Sinergi International Journal of Management and Business*, 2(3), 148–158. <https://doi.org/10.61194/ijmb.v2i3.244>

Sari, Ratna Deli. (2023). Analisis Persepsi dan Preferensi Konsumen Pada Kualitas, Kemasan, Varian Rasa dan Merek Produk Kerupuk Melarat di Desa Belendung Karawang Ratna Deli Sari. *Journal on Education*, 06(01), 4543–4551.

Susilowati, A. G., Budi, A. S., & Puspita, D. (2023). Sistem Aplikasi Bank Sampah berbasis Android menggunakan Metode V-Model. *Insand Comtech: Information Science and Computer Technology Journal*, 7(2).