

ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KEPERCAYAAN DAN LAYANAN MOBILE BANKING TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK (STUDI KASUS PADA PT BANK DKI – DEPOK)

Sri Nawangsari¹⁾ dan Retno Widiastuti²⁾

^{1,2}Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma
^{1,2}Jl. Margonda Raya 100 Pondok Cina, Depok, 16424
E-mail : snsari@staff.gunadarma.ac.id¹⁾, retno.9889@gmail.com²⁾

ABSTRAK

Perbankan merupakan bagian penting dari sistem keuangan guna kelancaran kegiatan perekonomian suatu negara. Masyarakat sebagai pengguna jasa kini semakin selektif dalam memilih bank untuk menitipkan dana yang dimiliki agar terhindar dari resiko kehilangan dana akibat buruknya kinerja suatu bank yang dapat mempengaruhi kepuasan para nasabah bank itu sendiri. Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah yaitu kualitas layanan, kepercayaan dan layanan mobile banking. Salah satu bank yang berhasil memberikan pelayanan kepada nasabah adalah Bank DKI Depok. Ini ditunjukkan dengan mendapatkan beberapa penghargaan dalam hal memberikan layanan secara optimal.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan, kepercayaan dan layanan mobile banking terhadap kepuasan nasabah pada Bank DKI Depok. Penelitian ini menggunakan data primer dimana dalam penelitian ini sampel yang diambil sebanyak 200 responden dengan metode *simple random sampling* dengan teknik analisis yang digunakan adalah *SEM with AMOS*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan, kepercayaan dan mobile banking berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank DKI. Variabel yang paling berpengaruh terhadap kepuasan adalah mobile banking.

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

1. PENDAHULUAN

Bisnis perbankan merupakan bisnis jasa yang berdasarkan pada azas kepercayaan sehingga masalah kualitas layanan menjadi faktor yang sangat menentukan dalam keberhasilan usaha. Kualitas layanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*) (Kotler, 2012).

Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah yaitu kualitas layanan, kepercayaan dan layanan mobile banking. Kualitas layanan dalam perusahaan jasa merupakan hal yang sangat penting dari sudut pandang konsumen. Kepercayaan nasabah merupakan sebuah jenis refleksi emosional bagi perdagangan. Hal tersebut tergantung pada tingkat pemenuhan produk yang diharapkan atau layanan manfaat, serta tingkat konsistensi harapan dan hasil aktual. (Stefanus, 2008)

Dalam penelitian (Guspul, Ahmad, 2014) yaitu Pengaruh kualitas layanan dan kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah, hasilnya mengatakan bahwa kualitas layanan dan kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Dalam hal ini kemajuan dan perkembangan teknologi informasi juga sangat penting dan telah

mempengaruhi industri perbankan, seperti halnya mobile banking yang merupakan salah satu wujud dari perkembangan teknologi tersebut. Perangkat komunikasi merupakan salah satu contoh dari perkembangan teknologi yang pada saat ini juga dimanfaatkan oleh sektor perbankan. Saat ini sudah banyak bank yang telah menyediakan akses mobile untuk mengetahui informasi keuangan. (Yogiyanto, 2008)

Saat ini hampir semua nasabah sudah menggunakan Smartphone dimana smartphone ini dapat digunakan untuk transaksi perbankan. Sejalan dengan perkembangan teknologi tersebut maka hampir semua perbankan memanfaatkan dengan membuat aplikasi internet banking. Dimana dengan internet banking tersebut, manfaat bagi nasabah maupun bank sangat dirasakan.

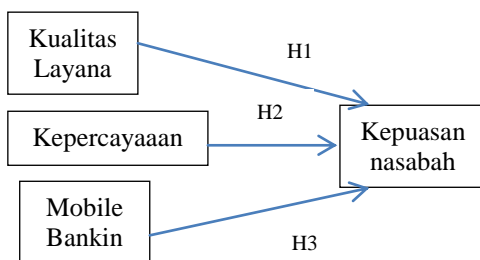
Dikutip dari website (<http://www.bankdki.co.id>) Bank DKI mendapatkan apresiasi atas pelayanan kepada nasabah pada ajang Satisfaction Loyalty Engagement Awards 2018 yang diselenggarakan oleh Majalah Infobank bersama Marketing Research Indonesia yang diselenggarakan di Jakarta (17/05). Pada ajang tersebut Bank DKI mendapatkan 8 penghargaan pada kategori Bank Pembangunan Daerah yang menjadi pertanda Bank

DKI selalu memberikan pelayanan yang baik kepada nasabahnya.

Berdasarkan hal tersebut dari penelitian (Guspul,Ahmad.2014) yaitu Pengaruh kualitas layanan dan kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah, maka saya kembangkan dengan menambah variabel internet banking dimana sebelumnya belum ada. Sehingga tujuan dari penelitian ini adalah apakah internet banking ini berpengaruh terhadap kepuasan nasabah selain kualitas layanan dan kepercayaan.

2. RUANG LINGKUP

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah kualitas layanan, kepercayaan dan mobile banking berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada Bank DKI di Depok. Kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar 1 :



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Hipotesis yang diajukan peneliti yaitu :

H1 : Kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

H2 : Kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

H3 : Mobile banking berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

3. BAHAN DAN METODE

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank DKI

Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *simple random sampling*, yaitu sampel diambil secara acak tanpa harus memperhatikan tingkatan yang ada dalam populasi. Penentuan jumlah sampel untuk mewakili *Structural Equation Modeling* (SEM) menggunakan rumus Hair, et.al (2006) yaitu jumlah indikator (44) x Variabel (4) maka sampel minimal untuk penelitian ini adalah 176. Untuk mengantisipasi kuesioner yang tidak lengkap/rusak maka peneliti mengambil sampel sebanyak 200 responden.

Kriteria yang digunakan peneliti adalah responden yang telah menyimpan dana dan menggunakan jasa di Bank DKI .

3.1 Variabel Penelitian

Variabel penelitian yang pertama adalah kualitas pelayanan dengan dimensi tangibel, reliability, responsiveness, assurance dan empathy. Variabel kedua adalah kepercayaan dengan dimensi kejujuran, keyakinan, kehandalan, tanggung jawab. Variabel ketiga adalah mobile banking dengan dimensi speed, security, accurate dan trust. Dan variabel ke empat adalah kepuasan nasabah dengan dimensi senang, puas, tepat.

3.2 Analisis Validitas dan Reliabilitas

Pengujian ini dilakukan dengan tujuan agar instrument penelitian (kuesioner) yang disusun memiliki tingkat dan reliabilitas yang baik, serta andal digunakan sebagai instrument penelitian. Uji validitas dimaksudkan agar instrument dapat mengukur apa yang hendak diukur, sedangkan uji reliabilitas dimaksud agar data yang dihasilkan benar – benar dapat diandalkan (Ghozali, 2014.)

Berdasarkan Hasil uji validitas untuk variabel kualitas pelayanan, kepercayaan, layanan mobile banking dan kepuasan nasabah menunjukkan hasil yang baik. Terlihat dari semua indikator memiliki nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel.

Pengujian selanjutnya adalah reliabel dengan melihat *Cronbach Alpha*. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai *Cronbach Alpha* yang diperoleh lebih dari 0.600, yaitu untuk variabel kualitas pelayanan 0.957, kepercayaan 0.946, layanan Mobile banking 0.957 dan kepuasan nasabah 0.947. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kelima variabel tersebut reliabel.

3.3 Uji Normalitas Data

Hasil pengujian normalitas jika dilihat secara univariat nilai critical skewness untuk semua pernyataan memiliki nilai critical skewness diatas $\pm 2,58$. Sedangkan nilai kurtosis multivariate yang diperoleh sebesar 4.281 dengan nilai CR 2.521, sehingga dapat disimpulkan bahwa atas berdistribusi normal multivariate.

3.4 Analisis Kecocokan Model

Tahap penelitian berikutnya adalah melakukan analisis faktor konfirmatori (*Confirmatory Factor Analysis*) . sesuai dengan namanya, analisis ini adalah analisis faktor hanya saja bersifat konfirmatori. Maksud analisis ini adalah bahwa variabel yang diamati dalam penelitian tersebut benar-benar mendefinisikan konstruk laten.

Hasil akhir CFA adalah dipeloreh dari uji kecocokan model, analisis validitas model, dan analisis reliabilitas model. Analisis validitas model dilakukan dengan memeriksa dua hal dari variabel-variabel teramat dalam model, yaitu apakah nilai $-t$ (t-value) lebih besar dari 1.96 dan melihat muatan faktor (loading faktor) sama atau lebih besar dari 0.05. Analisis reanilitas model pengukuran dilakukandengan menghitung nilai Construct Reliability (CR) dan Variance Extracted (VE). Reliability model dikatakan baik apabila nilai CR sama atau lebih dari 0.70 dan nilai VE sama atau lebih dari 0.50. berikut ini adalah penjelasan analisis untuk setiap variabel penelitian.

Hasil pengujian terhadap variabel kualitas pelayanan, kepercayaan, layanan Mobile banking terhadap kepuasan nasabah pada Bank DKI dengan masing-masing indikatornya yang menunjukkan bahwa seluruh nilai muatan faktor (*standardized loading factor*) butir pertanyaan bernilai lebih dari 0.50 yang menandakan seluruh butir valid. Hasil perhitungan *construct reliability* dari seluruh indikator dari masing-masing dimensi lebih dari 0.70, demikian juga dengan nilai *variance extracted* yang dipeloreh lebih dari 0.50. hal tersebut dapat dilihat dari nilai kualitas pelayanan dengan CR 0.870 dan VE 0.577. Kepercayaan dengan nilai CR

0.761 dan VE 0.501. Dan layanan mobile banking dengan nilai CR 0.761 dan nilai VE 0.501. Hal ini menandakan bahwa semua variabel tersebut memenuhi persyaratan *confirmatory factor analysis* sehingga dapat dilanjutkan untuk menguji hipotesis.

3.5 Analisis Kecocokan Model Keseluruhan

Dari hasil uji kesesuaian model dengan menggunakan Structural Equation Modelling (SEM) dengan bantuan perangkat lunak AMOS diperoleh nilai - nilai yang digunakan sebagai acuan dalam pengujian model secara keseluruhan disebut Goodness of Fit (GOF). Hasil analisis ini dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Uji Kecocokan Pada Beberapa Kriteria Goodness Of Fit Index

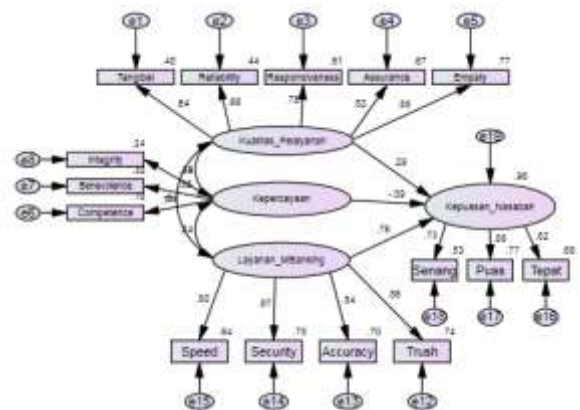
Index	Ambang batas	Model	Kett.
GFI	≥ 0.90	0.925	Baik
AGFI	≥ 0.90	0.892	Marginal
TLI	≥ 0.90	0.998	Sangat Baik
CFI	≥ 0.90	0.999	Sangat Baik
RMSEA	≤ 0.08	0.012	Baik

Sumber : output amos

Kett: 1) kurang dari 0.90=marginal
 Antara 0.90 sampai dengan 0.95=baik
 Diatas 0.95=sangat baik
 2) antara 0.05 sampai dengan 0.08=baik

Tabel 1. menyajikan koefisien Goodness of Fit (GoF) yang dapat diartikan menunjukkan adanya kecocokan model dengan tingkat kecocokan yang baik. Nilai GFI yaitu sebesar 0.925 berarti kecocokan model adalah baik, hal tersebut menandakan nilai GFI berada pada kisaran lebih dari 0.90 sehingga GFI memiliki ketepatan yang baik. Nilai AGFI yaitu sebesar 0.892 sehingga kecocokan model adalah marginal. Nilai kecocokan model yang baik untuk parameter AGFI adalah ≥ 0.90 dan nilai 0.80 < AGFI ≤ 0.90 adalah marginal fit. Selanjutnya nilai TLI yaitu sebesar 0.998 berarti kecocokan model adalah sangat baik atau good fit, hal tersebut menandakan nilai TLI berada pada kisaran interval lebih dari 0.95 sehingga TLI memiliki ketepatan yang sangat baik. Nilai CFI yaitu sebesar 0.999 berarti kecocokan model adalah sangat baik atau good fit, hal tersebut menandakan nilai CFI berada pada kisaran interval lebih dari 0.95 sehingga CFI memiliki ketepatan yang sangat baik. Nilai RMSEA yaitu 0.012 berarti kecocokan model adalah baik atau good fit, hal tersebut menandakan nilai RMSEA berada pada kisaran interval kurang dari 0.08 sehingga RMSEA memiliki ketepatan yang baik.

3.6 Analisis Model Persamaan Struktural



Gambar 3. Hasil Uji Kesesuaian Model penelitian

Tabel 2. Hasil Uji Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Layanan M-Banking PT Bank DKI Terhadap Kepuasan nasabah.

Pengaruh	Esti mate	S.E	C.R	Sig.	Ket.	R ²
Kualitas pelayanan → Kepuasan	.427	.135	3.175	.001	sig.	.72
Kepercayaan → Kepuasan	.103	.064	1.619	.025	sig.	
Mobile-banking → Kepuasan	.780	.103	7.536	.000	sig.	

4. PEMBAHASAN

Pengujian hipotesis dilakukan untuk empat hipotesis yang menggambarkan pengaruh masing- masing variabel. Pengujian hipotesis pertama adalah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan .

H1 : Kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah. Pada tabel 2. menunjukkan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan sebesar 0.427 dengan tingkat signifikannya 5% (P-value sebesar 0.003 ≤ 0.05), dan nilai critical ratio (CR) sebesar 3.175 (CR ≥ 1.96). Hal tersebut dapat dikatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh kepada kepuasan nasabah sehingga dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan yang telah di sediakan oleh PT. Bank DKI dianggap baik dan sudah sesuai dengan yang diharapkan para nasabahnya.(Nawangarsi,2013)

H2 : Kepercayaan nasabah memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah. Pada tabel 2. menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dikarenakan nilai estimasinya 0.103 dengan tingkat signifikannya 5% (P-value sebesar 0.025 ≤ 0.05), dan nilai critical ratio (CR) sebesar 1.619 (CR ≤ 1.96). dari hasil tersebut dapat dikatakan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan artinya bahwa nasabah percaya akan simpanan di bank karena aman, terjamin, karyawan bank yang handal, dan dapat menyelesaikan masalah dengan cepat (Pratama,Rastini, 2016)

H3: Layanan Mobile banking memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah. Pada tabel 2. menunjukkan bahwa layanan Mobile banking berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dimana nilai CR sebesar 7.80 yang lebih besar dari 1,96 dengan nilai korelasi sebesar 0.103 dengan tingkat sigifikansi 5% (P- value sebesar 0.000 atau sebesar ≤ 0.05). Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap layanan Mobile banking. Artinya bahwa kecepatan dalam mengakses, kemudahan dalam transaksi, hemat waktu, dan informasi yang akurat membuat nasabah menyukai transaksi menggunakan E-banking.

Kualitas pelayanan, kepercayaan dan layanan Mobile banking mempengaruhi kepuasan dengan nilai determinasi (R^2) sebesar 0,72 atau sebesar 72%. Hal ini menandakan bahwa ketiga variabel tersebut memberikan kontribusi secara bersama-sama pada variabel kepuasan sebesar 72% dan 28% yang diduga dipengaruhi oleh variabel lainnya

Dari ketiga variable independen yang memberikan pengaruh paling besar terhadap kepuasan adalah Mobile banking sebesar 0.780.

Dalam pengembangan teknologi informasi tidak lepas dengan yang dinamakan transaksi mobil banking, karena fitur layanan ini diharapkan bisa membantu kegiatan transaksi nasabah perbankan.

Aplikasi teknologi informasi akan meningkatkan efisiensi, efektivitas, dan produktivitas sekaligus meningkatkan pendapatan melalui sistem penjualan yang jauh lebih efektif daripada bank konvensional. Tanpa adanya aplikasi teknologi informasi dalam mobil banking, maka mobil banking tidak akan berjalan dan dimanfaatkan oleh industri perbankan. (Seeser, 2010).

5. KESIMPULAN

Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dapat dikatakan bahwa apabila kualitas layanan baik maka nasabah akan merasa puas, senang dan akhirnya loyal terhadap bank DKI. Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, jika tingkat kepercayaan itu positif maka secara langsung tingkat kepuasan nasabah akan naik. Layanan Mobile banking berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, hal ini telah dibuktikan dengan kecepatan dalam mengakses mobile banking dan keakuratan serta ketepatan dalam bertransaksi sehingga menjadi lebih efisien dan efektif. Variabel yang paling berpengaruh terhadap kepuasan adalah mobile banking

6. SARAN

Bagi PT. Bank DKI kualitas pelayanan, kepercayaan dan layanan mobile banking harus lebih ditingkatkan lagi agar faktor faktor ini dapat berperan secara optimal dalam meningkatkan kepuasan nasabah.

Dalam penelitian ini, masih didapat model marjinal yang belum memenuhi kriteria *goodness of fit* yaitu AGFI sebesar 0.892 yang lebih kecil dari 0.90, oleh karena itu perlu ada variabel-variabel yang ditambah

dan modifikasi model struktural untuk penelitian selanjutnya. Penelitian berikutnya hendaknya mengarahkan penelitian pada subyek penelitian yang lebih luas, untuk mendapatkan hasil yang lebih umum terhadap faktor-faktor yang ada

7. DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, E., & Soemirat, S. 2003. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Dharmesta, B. S., dan T. H. Handoko. 2008. *Manajemen Pemasaran : Analisis Perilaku Konsumen*. Edisi Pertama Cetakan Keempat, BPFE. Yogyakarta.
- Fathia, Arlini. 2012. Faktor Determinan Minat Individu Menggunakan Kartu Kredit. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Universitas Brawijaya Malang.
- Farida, Jasfar. 2009. *Manajemen Jasa Pendekatan Terbaru*. Bogor. Ghalia. Indonesia.
- Ghozali, Imam. 2014. "Structural Equation Modeling. Semarang : Badan Penerbitan Universitas Diponegoro
- Jogiyanto, H.M. 2008. *Sistem Teknologi Informasi*. Yogyakarta: Andi.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. 2012. *Marketing Management*, Edisi ke 14. Jakarta: Erlangga
- Kadir A. 2003. *Pengenalan Sistem Informasi*. Yogyakarta: Andi.
- Lovelock, C. and E. Gummesson (2004), Whither Services Marketing? *Journal of Service Research*, 7 (1), 20-41
- Lupiyoadi, 2006, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi Kedua, Jakarta : Penerbit Salemba Empat.
- Lupiyoadi, Rambat, 2004. *Manajemen Pemasaran Jasa : Teori dan Pratek*. PT Salemba Empat. Jakarta
- Markonah. 2017. "Analisis Mobile Banking Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri Cabang Jakarta". *Jurnal FEB Unikama*. Malang.
- Mattila, M. 2003. Factors Affecting the Adopting of Mobile Banking Services. *Journal of Internet Banking and Commerce*, 8, 8-12.
- Moorman, Christine, Rohit Deshpande, dan Gerald Zaltman. 1993. "Factors Affecting Trust in Market Research Relationships". *Journal of Marketing*. Vol 57. pp 81-101.
- Mulyana, I. 2009. *Citra Perusahaan Seri Manajemen Pemasaran*. www.E-Iman.Uni.Cc.
- Nawangsari, Sri. 2013. Analisis Korelasi Kualitas Web Terhadap Kepuasan Mahasiswa Pada Salah Satu Perguruan Tinggi Swasta Di Kopertis Wilayah III. Disertasi. Universitas Gunadarma.
- Palupi, E. D. 2006. *Analisa Pengaruh Corporate Images Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Apotek Padma Surakarta*. Thesis S2. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.
- Parasuraman, V.A. Zeithaml dan L. Berry (1985), "A Conceptional Model of Service Quality and its Implication of Future Research". *Journal of Marketing Research*. No. 49. pp.41.50
- Rangkuti F, 2002. *Measuring Customer Satisfaction Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan*

- Kepuasan Pelanggan Plus Analisis Kasus PLN-
JP, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Stefanus, T. 2008. Analisa kesenjangan Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Nasabah Pengunjung Plaza Tunjungan Surabaya Jurnal Manajemen Fakultas Ekonomi . (Vol 14 No 2)
- Seesar. 2010. Perbandingan Implementasi Insourcing, CoSourcing, dan Outsourcing Dalam pengembangan Sistem Informasi. *Majalah Ilmiah IPB*.
- Tjiptono, 2007, *Pemasaran Jasa*, Bayu Media Publishing, Jawa Timur.
- Tjiptono, 2006, *Pemasaran Jasa*, Mayumedia, Malang.
- Tjiptono, 2002, *Manajemen Jasa*, Yogyakarta : Penerbit Andi 2002, prinsip-prinsip total Quality Service. Yogyakarta : Penerbit Andy
- University of phoenix. LAW 575. www.coursehero.com
- Usmara, 2003, *Implementasi Manajemen Stratejik: Kebijakan dan Proses PT*. Amara Books, Jogjakarta
- Wahyuningsih, Anis. 2002. Analisa Tingkat Kepuasan Konsumen Berdasarkan Kualitas Pelayanan pada Rumah Sakit Umum Kabupaten Karang Anyer. Jakarta. Skripsi Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen UMS.