



Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Bank Bumn Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Mahasiswa Ung Tahun 2023)

Siti Sahrina S. La Duhu¹, Diva Nadya Thaib², Widya Astuti Lumenta³, Yayu Isyana D. Pongoliu⁴

^{1,2,3,4}Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Gorontalo

Abstract

Received: 28 Juni 2023

Revised: 3 Juli 2023

Accepted: 10 Juli 2023

This study aims to determine the influence from service quality on customer satisfaction of BUMN Bank (State-Owned Enterprises). The sample in this study were students who used mobile banking services. The data analysis technique used in this study is a test of validity and reliability, classic assumption test and multi linear regression test. While, the research method used in this research was a quantitative method. The results of this study show that the quality of service (reliability, assurance, responsiveness, tangible, and efficiency) has a positive and significant impact on banking satisfaction on mobile banking services.

Keywords: Service Quality, Mobile Banking, Customer Satisfaction

(*) Corresponding Author:

1910631020261@student.unsika.ac.id,

1910631020047@student.unsika.ac.id,

hari.sulistiyono@fe.unsika.ac.id

How to Cite: Duhu, S. S. L., Thaib, D. N., Lumenta, W. A., & Pongoliu, Y. I. D. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Bank Bumn Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Mahasiswa Ung Tahun 2023). <https://doi.org/10.5281/zenodo.8186429>

PENDAHULUAN

Di era globalisasi, perkembangan teknologi semakin maju di berbagai belahan dunia termasuk di Indonesia. Dengan perkembangan ini, tentu melahirkan perubahan besar dalam kehidupan manusia sehingga dapat mempermudah layanan teknologi informasi dan kemudahan sektor lain termasuk sektor perbankan.

Kemajuan teknologi di industri perbankan menjadi peluang bagi bank-bank di Indonesia untuk lebih berinovasi dalam memberikan layanan kepada nasabah. Dalam menjalankan kegiatan usahanya, lembaga keuangan (perbankan) harus memberikan pelayanan yang optimal bagi nasabahnya dan didukung dengan fasilitas yang memadai untuk menarik minat masyarakat untuk menjadi nasabah baru dan tidak beralih ke pesaing lainnya. Cara yang dapat dilakukan adalah dengan memperkenalkan produk yang dapat memenuhi kebutuhan pelanggan.

Bank menawarkan layanan perbankan melalui aplikasi *mobile banking* untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah sebagai pilihan lain dalam melakukan transaksi. Layanan *mobile banking* diharapkan dapat memudahkan nasabah dalam bertransaksi. Dengan fitur layanan ini, nasabah dapat melakukan cek saldo, melihat riwayat transaksi, melakukan transfer, membayar tagihan, dan menggunakan layanan perbankan lainnya melalui aplikasi di perangkat selulernya. Selain itu, layanan *mobile banking* tersedia 24 jam sehari, 7 hari seminggu, sehingga nasabah dapat melakukan transaksi kapan saja dan di mana saja sesuai kebutuhan. Saat ini, hampir semua bank telah menerapkan layanan *mobile banking* sebagai cara untuk meningkatkan kualitas layanan yang dapat memenuhi kebutuhan nasabah yang mengutamakan fleksibilitas.

Kepuasan nasabah merupakan salah satu faktor keberhasilan bagi bank. Pelanggan yang puas biasanya tetap setia untuk waktu yang lama dan mempromosikan bank dan produknya kepada orang lain. Oleh karena itu, kepuasan nasabah merupakan indikator keberhasilan bank, dan jika nasabah merasa bahwa bank tersebut terlayani dengan baik, maka bank tersebut dapat memberikan pelayanan nasabah yang prima. Hal ini didukung oleh sebuah studi (Marginingsih, 2020) yang menunjukkan bahwa kualitas layanan *mobile banking* telah mencapai hasil yang positif dan penting bagi kepuasan nasabah secara keseluruhan.

Menurut beberapa penjabaran yang disebutkan di atas, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menentukan bagaimana kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas layanan *mobile banking*. Studi ini sangat penting untuk memahami betapa efisien penggunaan *mobile banking* dalam menangani transaksi nasabah dan mendorong perbankan untuk mempercepat digitalisasi industri perbankan dan secara konsisten meningkatkan standar kualitas layanan mereka.

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis Data dan Metode Penelitian

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer. Data dalam studi ini diperoleh dari jawaban 100 mahasiswa Universitas Negeri Gorontalo yang memanfaatkan layanan *mobile banking* Bank BUMN melalui kuesioner. Penelitian ini termasuk dalam penelitian kuantitatif. Dikatakan metode kuantitatif karena data yang digunakan dalam penelitian ini berupa numerik dan dianalisis menggunakan statistik.

Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2018), populasi adalah kategori luas yang terdiri dari subjek yang memiliki karakteristik yang dapat diidentifikasi dari mana kesimpulan dapat ditarik. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Gorontalo yang menggunakan layanan *mobile banking*, dan jumlah populasi penelitian tidak dapat diketahui pasti karena pengguna layanan *mobile banking* yang terus meningkat setiap harinya.

Karena besarnya populasi nasabah bank BUMN pada mahasiswa Universitas Negeri Gorontalo, maka sampel dalam penelitian ini diambil dari populasi yang ada dengan menggunakan teknik *non-probability sampling*, yaitu sampel dari populasi yang ditetapkan dalam penelitian ini (Sugiyono, 2018). Teknik *non-probability sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel dimana subjek dipilih berdasarkan kriteria tertentu. Adapun kriteria sampel dari penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Negeri Gorontalo yang memanfaatkan layanan *mobile banking* Bank BUMN.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner yang dibagikan secara *online* dengan menyebarkan *link* kuesioner yang dibuat menggunakan *Google Forms*. Pertanyaan yang disediakan berupa pilihan ganda, sehingga responden hanya dapat memilih satu dari kelima opsi yang telah disediakan oleh peneliti.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini berupa Pengujian Validitas dan Pengujian Reliabilitas. Uji Asumsi Klasik seperti Uji Normalitas, Multikolinearitas, Autokorelasi dan Heteroskedastisitas. Uji Regresi Linear Berganda seperti Uji koefisien Determinasi, Uji F dan Uji T dengan bantuan aplikasi SPSS 20.

Hipotesis Penelitian

Hipotesis yang akan diuji dan dibuktikan dalam penelitian ini berkaitan dengan adanya pengaruh dari Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah. Hipotesis pada penelitian ini, yaitu:

- H1 : *Reliability* berpengaruh positif terhadap Kepuasan Nasabah
- H2 : *Assurance* berpengaruh positif terhadap Kepuasan Nasabah
- H3 : *Responsiveness* berpengaruh positif terhadap Kepuasan Nasabah
- H4 : *Tangible* berpengaruh positif terhadap Kepuasan Nasabah
- H5 : *Efficiency* berpengaruh positif terhadap Kepuasan Nasabah

HASIL PENELITIAN

Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pertanyaan	r hitung	r tabel	Kete rangan
<i>Reliability</i>	X1.1	0,938	0,361	Valid
	X1.2	0,894	0,361	Valid
	X1.3	0,949	0,361	Valid
<i>Assurance</i>	X2.1	0,931	0,361	Valid
	X2.2	0,809	0,361	Valid
	X2.3	0,869	0,361	Valid
<i>Responsiveness</i>	X3.1	0,754	0,361	Valid
	X3.2	0,830	0,361	Valid
	X3.3	0,819	0,361	Valid
<i>Tangible</i>	X4.1	0,871	0,361	Valid
	X4.2	0,937	0,361	Valid
	X4.3	0,899	0,361	Valid
<i>Efficiency</i>	X5.1	0,778	0,361	Valid
	X5.2	0,746	0,361	Valid
	X5.3	0,824	0,361	Valid
Kepuasan Nasabah	Y1.1	0,627	0,361	Valid
	Y1.2	0,803	0,361	Valid
	Y1.3	0,754	0,361	Valid
	Y1.4	0,750	0,361	Valid
	Y1.5	0,694	0,361	Valid

Berdasarkan Tabel 1, semua item variabel yang diteliti dinyatakan valid karena r hitung $>$ r tabel 30 responden senilai 0,361.

Uji Reliabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Koefisien Alpha	Keterangan
<i>Reliability</i>	0,870	Reliabel
<i>Assurance</i>	0,853	Reliabel
<i>Responsiveness</i>	0,824	Reliabel
<i>Tangible</i>	0,861	Reliabel
<i>Efficiency</i>	0,812	Reliabel
Kepuasan Nasabah	0,780	Reliabel

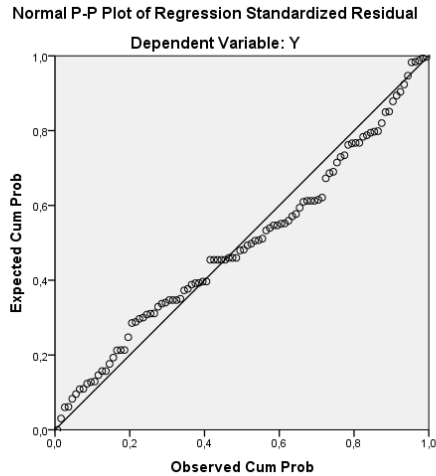
Berdasarkan tabel 2 menunjukkan bahwa semua item instrumen penelitian dinyatakan reliabel karena nilai koefisien *alpha* lebih besar dari 0,6. Berdasarkan uji reliabilitas yang dilakukan, semua item variabel dinyatakan reliabel atau mampu mengungkapkan data dan variabel yang diteliti secara tepat.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tujuan dari uji normalitas adalah untuk memastikan apakah variabel dependen, variabel independen, dan model regresi terdistribusi atau tidak terdistribusi normal. Seperti yang ditunjukkan pada grafik di bawah ini (Akob & Sukarno, 2022).

Gambar 1. Hasil Uji Normalitas



Grafik yang ditunjukkan di atas menunjukkan bahwa setiap titik tunggal (potongan data) yang digunakan mengikuti garis terbalik (diagonal) ini menunjukkan bahwa data yang diproses merupakan data yang terdistribusi normal, sehingga asumsi normalitas pada penelitian ini telah tercapai.

Uji Multikolinearitas

Untuk memastikan apakah terdapat faktor kemiripan variabel independen dengan variabel independen lainnya, maka diperlukan uji multikolinearitas. Berikut ini hasil Uji multikolinearitas yang digunakan dalam penelitian:

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF
Reliability	0,704	1,421
Assurance	0,613	1,631
Responsiveness	0,651	1,537
Tangible	0,570	1,754
Efficiency	0,589	1,698

Hasil uji melalui *variance inflation factor* (VIF) pada hasil output SPSS tabel *coefficients*, seluruh variabel menunjukkan nilai *tolerance* > 0,1 dan VIF < 10, maka dapat dinyatakan model regresi linier berganda terbebas dari multikolinearitas dan sesuai untuk digunakan dalam penelitian.

Uji Autokorelasi

Hubungan antara individu dalam pengamatan yang dikelompokkan berdasarkan waktu dan lokasi dikenal sebagai autokorelasi. Autokorelasi seharusnya tidak terjadi dalam model regresi yang baik. Tabel berikut menunjukkan hasil uji autokorelasi yang digunakan dalam penelitian:

Tabel 4. Hasil Uji Autokorelasi

Durbin-Watson

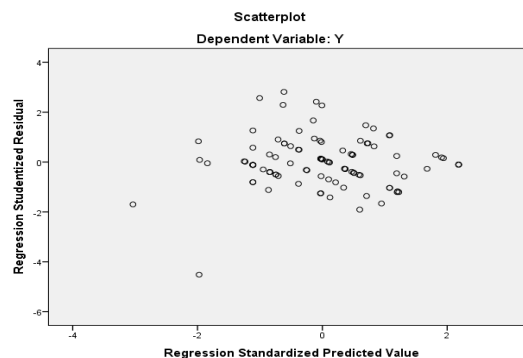
1,978

Dari hasil output SPSS didapatkan nilai *Durbin Watson* hitung terletak diantara batas atas (dU) dan batas bawah (4-dU) atau $dU < d < 4-dU$ yaitu $1,780 < 1,978 < 2,22$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak adanya autokorelasi dalam model regresi ini atau dengan kata lain tidak ada autokorelasi negatif dan positif. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa model ini bebas dari autokorelasi.

Uji Heteroskedastisitas

Dalam model regresi, uji heteroskedastisitas digunakan untuk menilai apakah ada perbedaan antara satu pengamatan dengan pengamatan lainnya. Jika pola regresi terhindar atau tidak ada heteroskedastisitas, model regresi dianggap baik. Hasil uji heteroskedastisitas pada penelitian ini dapat dilihat pada gambar berikut.

Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas



Dari grafik tersebut, terlihat bahwa titik-titik pada sumbu Y tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0. Sehingga dapat disimpulkan model regresi ini tidak heteroskedastisitas.

Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 5. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1			
(Constant)	,153	2,249	
Reliability	1,200	,157	,254
Assurance	1,184	,148	,285
Responsiveness	1,361	,128	,368
Tangible	1,560	,171	,336
Efficiency	,362	,163	,080

Pada tabel 5 diperoleh hasil persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,153 + 1,200 \text{ Reliability} + 1,184 \text{ Assurance} + 1,361 \text{ Responsiveness} + 1,560 \text{ Tangible} + 0,362 \text{ Efficiency} + \epsilon$$

Interpretasi dari persamaan regresi linear berganda tersebut adalah:

Konstanta (a) memiliki nilai 0,153. Hal ini menunjukkan bahwa variabel dependen Kepuasan Nasabah, meningkat sebesar 0,153 ketika variabel independen *Reliability*, *Assurance*, *Responsiveness*, *Tangible*, dan *Efficiency* berada dalam keadaan tetap.

Apabila variabel *Reliability* naik sebesar 1 satuan dengan asumsi variabel independen lain bernilai tetap, maka Kepuasan nasabah akan naik sebesar 1,200 per

satuannya. Sehingga nilai koefisien regresi *Reliability* menunjukkan nilai positif sebesar 1,200.

Apabila variabel *Assurance* naik sebesar 1 satuan dengan asumsi variabel independen lain bernilai tetap, maka Kepuasan nasabah akan naik sebesar 1,184 per satuannya. Sehingga nilai koefisien regresi *Assurance* menunjukkan nilai positif sebesar 1,184.

Apabila variabel *Responsiveness* naik sebesar 1 satuan dengan asumsi variabel independen lain bernilai tetap, maka Kepuasan nasabah akan naik sebesar 1,361 per satuannya. Sehingga nilai koefisien regresi *Responsiveness* menunjukkan nilai positif sebesar 1,361.

Apabila variabel *Tangible* naik sebesar 1 satuan dengan asumsi variabel independen lain bernilai tetap, maka Kepuasan nasabah akan naik sebesar 1,560 per satuannya. Sehingga nilai koefisien regresi *Tangible* menunjukkan nilai positif sebesar 1,560.

Apabila variabel *Efficiency* naik sebesar 1 satuan dengan asumsi variabel independen lain bernilai tetap, maka Kepuasan nasabah akan naik sebesar 0,362 per satuannya. Sehingga nilai koefisien regresi *Efficiency* menunjukkan nilai positif sebesar 0,362.

Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi memiliki fungsi untuk menjelaskan seberapa besar presentase hubungan variabel independen (*Reliability, Assurance, Responsiveness, Tangible* dan *Efficiency*) terhadap variabel dependen (kepuasan nasabah).

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,963 ^a	,928	,924	1,47181

Tabel 6 menggambarkan bahwa nilai *R Square* Kepuasan nasabah diperoleh sebesar 0,928. Dan nilai *Adjusted R Square* Kepuasan Nasabah sebesar 0,924.

Yang menunjukkan bahwa besar presentase kepuasan nasabah yang dapat dijelaskan oleh kelima variabel independen *Reliability, Assurance, Responsiveness, Tangible*, dan *Efficiency* sebesar 92,4%, sedangkan sebab-sebab lain pada luaran model penelitian dijelaskan dengan sisa sebesar 7,6%.

Uji F

Secara simultan variabel independen pada variabel dependen dinilai menggunakan uji F. Tabel berikut menampilkan hasil perhitungan uji F:

Tabel 7. Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2589,834	5	517,967	239,110	,000 ^b
	Residual	201,459	93	2,166		
	Total	2791,293	98			

Berdasarkan hasil output SPSS pada tabel 7 menunjukkan bahwa nilai F hitung 239,110 > f tabel (2,31) dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05 maka bisa ditarik kesimpulan bahwa variabel *Reliability, Assurance, Responsiveness, Tangible* dan *Efficiency* berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah.

UJI T

Uji T dilakukan untuk melihat apakah setiap variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Uji ini terlihat pada kolom signifikansi 5% ($\alpha=0,05$). Hasil uji T dapat dilihat melalui tabel berikut:

Tabel 8. Hasil Uji T

Model	t	Sig.
1 (Constant)	0,068	0,946
<i>Reliability</i>	7,634	0,00
<i>Assurance</i>	7,990	0,00
<i>Responsiveness</i>	10,652	0,00
<i>Tangible</i>	9,105	0,00
<i>Efficiency</i>	2,219	0,00

Hasil perhitungan pada tabel 8 diperoleh nilai T dapat dicari dengan level *significance* (α) = 0,05 dan derajat tabel kebebasan (*degree of freedom* = df) = $n - k - 1$, maka besarnya nilai t-tabel dapat ditentukan sebagai berikut: t-tabel adalah $\alpha/2$; $n - k = 0,05$; $(100-5) = 1,989$. Adapun cara pengujian uji t untuk masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

- Hipotesis pertama (H1) terdukung, yang ditunjukkan dengan Nilai signifikansi sebesar $0,00 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *reliability* terdapat pengaruh pada kepuasan nasabah.
- Hipotesis kedua (H2) terdukung, yang ditunjukkan dengan Nilai signifikansi sebesar $0,00 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *assurance* terdapat pengaruh pada kepuasan nasabah.
- Hipotesis ketiga (H3) terdukung, yang ditunjukkan dengan Nilai signifikansi sebesar $0,00 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *responsiveness* terdapat pengaruh pada kepuasan nasabah.
- Hipotesis keempat (H4) terdukung, yang ditunjukkan dengan Nilai signifikansi sebesar $0,00 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *tangible* terdapat pengaruh pada kepuasan nasabah.
- Hipotesis kelima (H5) terdukung, yang ditunjukkan dengan Nilai signifikansi sebesar $0,00 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *efficiency* terdapat pengaruh pada kepuasan nasabah.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis data yang diuji secara simultan, dapat disimpulkan bahwa pengaruh variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah. Ditunjukkan dari nilai signifikansi yaitu $0,00 < 0,05$ serta nilai F hitung $239,110 > f$ tabel (2,31) yang berarti secara bersama-sama kualitas layanan *mobile banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Warouw et al., 2021) yang menerangkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Secara parsial akan diuraikan sebagai berikut:

Pengaruh *Reliability* Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil uji hipotesis dapat disimpulkan bahwa H1 didukung dan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dengan variabel *Reliability*. Hal ini

diwakili oleh nilai signifikansi $0,00 < 0,05$. Ini berarti bahwa kemudahan bertransaksi yang ditawarkan kepada nasabah memenuhi harapan nasabah.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya (Purnomo & Dwiyanto, 2017) yang menemukan *reliability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Menurut (Jamal & Anastasiadou, 2019), *reliability* adalah variabel kunci dalam kualitas layanan. Lebih lanjut, (Imelda & Huwaida, 2019) menyatakan bahwa *reliability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, menyiratkan bahwa semakin tinggi tingkat *reliability* yang ditunjukkan oleh bank, semakin baik tingkat kepuasan nasabah. Maka berdasarkan penelitian sebelumnya, *Reliability* berpengaruh positif terhadap Kepuasan Nasabah.

Pengaruh Assurance Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil uji hipotesis, dapat disimpulkan bahwa H2 terdukung dan mempengaruhi variabel *assurance* terhadap kepuasan nasabah. Hal ini didukung oleh nilai signifikansi sebesar $0,00 < 0,05$. Artinya *assurance* yang ditawarkan memberikan rasa aman kepada nasabah dan memenuhi harapan nasabah.

Penelitian ini konsisten dengan temuan penelitian sebelumnya (Kitapchi et al., 2013) bahwa *assurance* merupakan aspek penting dari kepuasan nasabah. Menurut penelitian (Nasfi et al., 2020) dan (Nityasari & Sutopo, 2013), *assurance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah yaitu. semakin tinggi tingkat *assurance* yang ditunjukkan layanan, semakin baik. kepuasan nasabah. Menurut penelitian sebelumnya, *assurance* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

Pengaruh Responsiveness Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil uji hipotesis, dapat disimpulkan bahwa H3 terdukung dan mempengaruhi variabel *responsiveness* terhadap kepuasan nasabah. Hal ini didukung oleh nilai signifikansi sebesar $0,00 < 0,05$. Artinya semua keluhan dan permasalahan nasabah dapat dijawab dengan baik oleh layanan *contact center*, sehingga nasabah merasa puas dengan fungsionalitas layanan *mobile banking*.

Menurut penelitian ini, variabel *responsiveness* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah pada layanan *mobile banking* bank BUMN. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Adila, 2017) menunjukkan bahwa *responsiveness* berdampak baik terhadap kepuasan nasabah. Hal yang sama juga ditegaskan oleh (Purnomo & Dwiyanto, 2017) dan (Amalia et al., 2020), dimana dinyatakan bahwa *responsiveness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, artinya semakin tinggi *responsiveness* bank maka peningkatan yang lebih besar dalam kepuasan nasabah. Jadi, berdasarkan penelitian sebelumnya, *responsiveness* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

Pengaruh Tangibles Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil uji hipotesis, dapat disimpulkan bahwa H4 terdukung dan mempengaruhi variabel *tangible* terhadap kepuasan nasabah. Hal ini didukung oleh nilai signifikansi sebesar $0,00 < 0,05$. Artinya tampilan layanan *mobile banking* yang digunakan memuaskan nasabah, karena nasabah merasa nyaman pada tampilan yang ditawarkan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian (Nasfi et al., 2020) dan (Adila, 2017) yang menemukan bahwa *tangible* berpengaruh positif dan signifikan terhadap

kepuasan nasabah. Menurut penelitian sebelumnya (Nityasari & Sutopo, 2013), *tangible* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, artinya semakin tinggi *tangible* yang ditawarkan bank maka semakin besar dampaknya terhadap pertumbuhan kepuasan nasabah. Maka berdasarkan penelitian sebelumnya, *tangibles* berpengaruh positif terhadap Kepuasan Nasabah.

Pengaruh *Efficiency* Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil uji hipotesis, dapat disimpulkan bahwa H5 terdukung dan mempengaruhi variabel *efficiency* terhadap kepuasan nasabah. Hal ini didukung oleh nilai signifikansi sebesar $0,00 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa layanan *mobile banking* efisien dan sangat memudahkan nasabah dalam bertransaksi.

Variabel *efficiency* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah pada layanan *mobile banking* bank BUMN dan penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh (Fadillah, 2021). Hal yang sama juga ditegaskan oleh (Adila, 2017) dan (Febrianta & Indrawati, 2016) keduanya menyatakan *efficiency* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, yaitu semakin tinggi efisiensi bank maka kepuasan nasabah akan semakin baik. Menurut penelitian sebelumnya, *efficiency* meningkatkan kepuasan nasabah.

KESIMPULAN

Penelitian ini dilakukan untuk menunjukkan pengaruh *reliability*, *assurance*, *responsiveness*, *tangible*, dan *efficiency* terhadap kepuasan nasabah. Berdasarkan hasil analisis yang dikerjakan dalam penelitian ini, dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. *Reliability* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada mahasiswa Universitas Negeri Gorontalo pengguna *mobile banking* Bank BUMN dalam melakukan transaksi, dengan nilai t hitung untuk variabel *reliability* sebesar 7,634 dan nilai signifikansi sebesar $0,00 < 0,05$.
2. *Assurance* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada mahasiswa Universitas Negeri Gorontalo pengguna *mobile banking* Bank BUMN dalam melakukan transaksi, dengan nilai t hitung *assurance* sebesar 7,990 dan nilai signifikansi sebesar $0,00 < 0,05$.
3. *Responsiveness* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada mahasiswa Universitas Negeri Gorontalo pengguna *mobile banking* Bank BUMN dalam melakukan transaksi, dengan nilai t hitung untuk variabel *responsiveness* sebesar 10,652 dan nilai signifikansi sebesar $0,00 < 0,05$.
4. *Tangible* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada mahasiswa Universitas Negeri Gorontalo pengguna *mobile banking* Bank BUMN dalam melakukan transaksi, dengan nilai t hitung untuk variabel *tangible* adalah 9,105 dan nilai signifikansi sebesar $0,00 < 0,05$.
5. *Efficiency* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada mahasiswa Universitas Negeri Gorontalo pengguna *mobile banking* Bank BUMN dalam melakukan transaksi, dengan nilai t hitung untuk variabel *efficiency* adalah 0,219 dan nilai signifikansi sebesar $0,00 < 0,05$.

DAFTAR PUSTAKA

Adila, M. (2017). *Pengaruh Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah*. (Skripsi Sarjana, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).

- Akob, R. A., & Sukarno, Z. (2022). *Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank BUMN di Makassar*. Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship, 11(2), 269-283. <https://doi.org/10.30588/jmp.v11i2.889>
- Amalia, N. M., DWP, S., & Santoso, J. T. B. (2020). *Pengaruh Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan Dan Empati Terhadap Kepuasan Bumdes*. Business and Accounting Education Journal, 1(2), 170–180. <https://doi.org/10.15294/baej.v1i2.42191>
- Fadillah, N. N. (2021). *Pengaruh Penggunaan Produk Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Melakukan Transaksi (Studi Kasus Pada Bsi Kc Bukittinggi Sudirman 1)*. (Skripsi Sarjana, IAIN Bukittinggi).
- Febrianta, A., & Indrawati. (2016). *Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BCA Di Kota Bandung*. E-Proceeding of Management, 3(3), 2879-2885.
- Imelda, S., & Huwaida, H. (2019). *Pengaruh Kualitas Layanan M-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Bri Kcp Kayu Tangi Banjarmasin*. Jurnal INTEKNA, 19(2), 101-109. <https://doi.org/10.31961/intekna.v19i2.869>
- Jamal, A., & Anastasiadou, K. (2007). *Investigating the effects of service quality dimensions and expertise on loyalty*. European Journal of Marketing. Vol 43(3), 398-420.
- Kitapci, O., Taylan Dortyol, I., Yaman, Z., & Gulmez, M. (2013). *The paths from service quality dimensions to customer loyalty: An application on supermarket customers*. Management Research Review, 36(3), 239-255.
- Marginingsih, R. (2020). *Kualitas Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI (Studi Pada Pengguna BRI Mobile di Kota Depok)*. Jurnal Akuntansi dan Keuangan, 7(1), 24-31. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/moneter24>
- Martono, N. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Sekunder*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Nasfi, R., & Sabri. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah*. Journal of Economic Studies, 4(1), 19-38. <http://dx.doi.org/10.30983/es.v4i1.3146>
- Nityasari, A. H., & Sutopo. (2013). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Jamaah Umroh Tahun 2010-2012 (Studi Kasus pada PT Fatimah Zahra Semarang)*. Diponegoro Journal of Management, 2(2), 78-86.
- Purnomo, A. Y., & Dwiyanto, B. M. (2017). *ANALISIS KUALITAS LAYANAN MOBILE BANKING TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Pada Bank X Area Semarang)*. Diponegoro Journal Of Management, 6(2), 1–8.
- Sugiyono, S. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung, Indonesia: CV Alfabeta.
- Warouw, R., Mandey, S.L., & Roring, F. (2021). *Analisis pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank Perkreditan Rakyat Dana Raya Manado*. Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi, 21(04), 57-67.