

## PENGARUH E-SERVQUAL DAN KEPUASAN PENGGUNA *MOBILE BANKING (M-BANKING)* TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA BANK BCA DI BANDUNG

### THE EFFECT OF E-SERVQUAL AND SATISFACTION OF MOBILE BANKING (M-BANKING) TOWARDS CUSTOMER LOYALTY IN BCA BANK IN BANDUNG

Muhammad Ibnu Rosyid, Maya Ariyanty, khrisna Kusumahadi

<sup>1</sup>Prodi S1 Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom  
<sup>1</sup>[ibnuibhenk.student.@telkomuniversity.ac.id](mailto:ibnuibhenk.student.@telkomuniversity.ac.id) <sup>2</sup>[mavaariyanty@telkomuniversity.ac.id](mailto:mavaariyanty@telkomuniversity.ac.id)

#### Abstrak

Perkembangan teknologi telah mampu membuat mobilitas kegiatan manusia menjadi lebih mudah dan cepat dan internet merupakan media informasi yang tidak bisa lepas dari kehidupan masyarakat saat ini dengan Perkembangan internet di Indonesia. Layanan mobile banking adalah salah satu layanan transaksi perbankan yang menggunakan teknologi internet, bisa difungsikan di media mobile dan bisa dilakukan dimanapun dengan akses 24 jam. Sehingga dapat terhindar dari hal-hal yang tidak diinginkan, kini mulai memanjakan nasabahnya dengan mengurangi kegiatan konvensional dari perbankan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui respon dan pengaruh nasabah mengenai E-Servqual, yang memiliki beberapa dimensi antara lain Reability, Responsivines, Assurance and Secuarity, Convience, Efficiency, Easy to Operate. dan kepuasan mobile banking terhadap loyalitas nasabah pada Bank BCA di Bandung.

Metode penelitian yang digunakan penulis bersifat kuantitatif dan teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis deskriptif dan menggunakan analisis regresi linier berganda. serta menyebarkan kuesioner yang dilakukan secara online, hasil data dari kuesioner diolah dengan menggunakan software SPSS versi 22, untuk mendapatkan hasil daya yang menyempurnakan penelitian ini.

Berdasarkan hasil pengolahan data dapat diketahui bahwa hasil dari penelitian ini terdapat hipotesis diterima dan menyatakan E-Servqual dan kepuasan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Berdasarkan hasil penelitian, maka untuk menunjang loyalitas maka salah satu upaya yang dilakukan yaitu memberikan sebuah kualitas layanan yang berkualitas yang meliputi kecepatan, kesetabilan, keamanan dan kepercayaan, hal ini bertujuan untuk memberikan kualitas layanan yang sesuai dengan yang dijanjikan, dan dapat melihat seberapa besar pengaruh e-servqual dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah

**Kata Kunci:** *E-Servqual Mobile Banking, Kepuasan Nasabah Mobile Banking, Loyalitas Nasabah Mobile Banking.*

#### Abstract

*The development of technology has been able to make the mobility of human activities easier and faster and the internet is a medium of information that cannot be separated from people's lives today with the development of the internet in Indonesia. Mobile banking service is a banking transaction service that uses internet technology, can be functioned on mobile media and can be done anywhere with 24-hour access. So as to avoid the things that are not desirable, now began to spoil its customers by reducing conventional banking activities.*

*The purpose of this study is to determine the response and influence of customers regarding E-Servqual, which has several dimensions including Reability, Responsivines, Assurance and Security, Convience, Efficiency, Easy to Operate. and mobile banking satisfaction with customer loyalty at BCA Bank in Bandung.*

*The research method used by the author is quantitative and the analysis technique used in this research is descriptive analysis and using multiple linear regression analysis. and distributing questionnaires conducted online, the results of the data from the questionnaire were processed using SPSS software version 22, to get the results of the power that perfects this research.*

*Based on the results of data processing, it can be seen that the results of this study contained an accepted hypothesis and stated E-Servqual and satisfaction had a significant positive effect on customer loyalty.*

*Based on the results of the study, then to support loyalty, one of the efforts undertaken is to provide a quality service quality that includes speed, stability, security and trust, it aims to provide quality services that are as promised, and can see how much influence e-servqual and satisfaction with customer loyalty.*

**Keywords:** *E-Servqual Mobile Banking, Mobile Banking Customer Satisfaction, Mobile Banking Customer Loyalty*

## 1. Pendahuluan

### 1.1 Latar Belakang

Era digital membuat perubahan besar pada perusahaan untuk menghantarkan nilai bagi pelanggan. Perkembangan teknologi telah mampu membuat mobilitas kegiatan manusia menjadi lebih mudah dan cepat. Internet merupakan media informasi yang tidak bisa lepas dari kehidupan masyarakat saat ini. Perkembangan internet di Indonesia. Jumlah ini menunjukkan sekitar 34,9% penduduk Indonesia telah menggunakan internet. Hasil survey tersebut telah menunjukkan peningkatan dari tahun sebelumnya, pengguna internet di Indonesia pada (APJII :2017 )<sup>[1]</sup>

Dari jumlah penetrasi penggunaan internet di Indonesia berdasarkan wilayah, menggambarkan peningkatan dari tahun 2016 yang total pengguna internet terdapat 132,7 jt jiwa dan pada tahun 2017 mencapai 143,26 jt jiwa pengguna internet. Dari hasil di tahun 2017 terdapat perbedaan dari tingkat penggunaan internet, dari mulai tingkat penggunaan internet terendah hingga pengguna internet terbesar. Dari Pulau Jawa menepati nilai pengguna internet terbesar di Indonesia dari komposisi 58,08% dan penetrasi 57,70%. Dari angka tersebut sudah menggambarkan bahwa para penduduk di pulau Jawa sangat cepat dan sangat butuh atau antusias dalam peran menggunakan internet, dalam artian aliran network yang sangat padat di pulau Jawa (APJII :2017 )<sup>[2]</sup>

Salah satu faktor yang akan di teliti di penelitian ini adalah kepuasan nasabah yang bisa mengakibatkan naik turunnya jumlah pengguna Mobile Banking pada produk layanan bank BCA. Kepuasan nasabah di dalam penggunaan layanan Mobile Banking juga bisa dilihat dari banyak nya data-data keluhan yang hadir pada layanan Mobile Banking pada bank tersebut. Data keluhan-keluhan itu bisa di ambil dan di lihat dari sumber mana saja, mulai dari social media, email. Dan lain-lain. Namun penulis di dalam pengambilan data keluhannya menggunkan metode penyebaran kuesioner untuk pengguna Mobile Banking BCA di Kota Bandung, berikut hasil dari penyebaran kuesioner yang dilakukan oleh penulis.<sup>[3]</sup>

Namun dapat diketahui pengguna BRI *mobile banking* masih mengeluhkan dan merasa kurang puas Dari hasil prolehan data tersebut terdapat berbagai respon dari para nasabah. Pada penelitian ini untuk menganalisis tingkat kepuasan nasabah pada layanan Mobile Banking BCA di kota Bandung, maka dibutuhkan data berupa data keluhan pada layanan Mobile Banking BCA di kota Bandung. Hasil persentase yang didapatkan dari responden sebanyak 35 responden. Dan hasil pada grafik pengguna layanan Mobile Banking yang mengalami permasalahan dalam penggunannya sebanyak 18,2% dan yang tidak mengalami masalah dalam layanan Mobile Banking sebanyak 81,8%. Dengan antara lain dari masalah 18,2% ini masih ada aktivitas dari Mobile Banking yang harus di perbaiki melalui permasalahan yang terjadi.<sup>[4]</sup>

Dari hasil perolehan data tersebut terdapat berbagai respon dari para nasabah. Pada penelitian ini menganalisis tingkat loyalitas nasabah. hasil pada pengguna layanan Mobile Banking yang loyal dan di dapatkan 30 responden dari para nasabah bank BCA. Pada grafik pengguna layanan Mobile Banking terdapat 73.7% yang loyal terhadap pengguna pelayanan Mobile Banking BCA di Kota Bandung. Dan terdapat persentase 26.3% yang tidak loyal terhadap penggunaan pelayanan Mobile Banking BCA di Kota Bandung

Penelitian ini berusaha untuk meneliti pengaruh dimensi kualitas pelayanan Mobile Banking BCA terhadap kepuasan nasabah. Penelitian ini menggunakan variabel loyalitas Mobile Banking sebagai variabel dependant (terikat). Sedangkan untuk variabel independen (bebas), penelitian ini menggunakan variabel kepuasan pengguna pelayanan Mobile Banking BCA. Alasan memilih BCA karena bank BCA merupakan market Leader Mobile Banking pada sektor perbankan di Indonesia. Khususnya di Kota Bandung merupakan salah satu kota Pendidikan, kota pariwisata dengan aktifitas yang sangat padat dengan para pendatang dari luar kota. Memungkinkan proses alur aktivitas perbankan ingin lebih mudah dilakukan oleh para nasabah pengguna Mobile Banking BCA. Maka dari itu untuk mengakomodasi itu semua dilakukanlah penelitian dengan judul “ Pengaruh Kepuasan Pengguna Pelayanan Mobile Banking Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank BCA di Kota Bandung “ .

### 1.2 Pertanyaan Penelitian

Adapun rumusan pertanyaan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana Efficiency Mobile Banking BCA menurut tanggapan nasabah bank BCA di Bandung ?
2. Bagaimana Responsiveness Mobile Banking BCA menurut tanggapan nasabah bank BCA di Bandung ?
3. Bagaimana Reliability Mobile Banking BCA menurut tanggapan nasabah bank BCA di Bandung ?
4. Bagaimana Conviniency Mobile Banking BCA menurut tanggapan nasabah BCA di Bandung ?
5. Bagaimana Easy to Operate Mobile Banking BCA menurut tanggapan nasabah BCA di Bandung ?
6. Bagaimana Assurance and Security Mobile Banking BCA menurut tanggapan nasabah BCA di Bandung ?
7. Bagaimana E-Servqual mobile banking terhadap loyalitas nasabah pada bank BCA di Bandung ?
8. Bagaimana kepuasan nasabah BCA yang menggunakan layanan Mobile Banking terhadap loyalitas nasabah bank BCA di Bandung ?

## 2. Dasar Teori

### 2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian

#### 2.1.1 Mobile Banking

Mobile Banking menurut (Shinhan Bank, 2017) adalah merupakan layanan yang memungkinkan nasabah bank melakukan transaksi perbankan melalui ponsel atau Smartphone. Layanan Mobile Banking dapat digunakan dengan menggunakan menu yang sudah tersedia melalui aplikasi yang dapat di unduh dan di instal nasabah. Mobile banking menawarkan kemudahan jika dibandingkan dengan SMS banking karena nasabah tidak perlu mengingat format pesan SMS yang akan dikirimkan ke bank dan juga nomor tujuan SMS banking.

Untuk menggunakan Mobile Banking, nasabah harus mendaftarkan diri terlebih dahulu ke bank atau ke ATM. Nasabah dapat memanfaatkan layanan Mobile Banking dengan cara mengakses menu yang telah tersedia pada aplikasi yang terinstal di ponsel, nasabah harus mengunduh dan menginstal aplikasi pada telepon seluler terlebih dahulu. Pada saat membuka aplikasi tersebut, nasabah harus memasukkan User-ID dan password untuk login, kemudian nasabah dapat memilih menu transaksi yang tersedia dan diminta memasukkan OTP saat menjalankan transaksi.<sup>[5]</sup>

#### 2.1.2 E-SERVQUAL

Dengan menggunakan metode E-Servqual yaitu model kualitas jasa online yang paling komprehensif dan integratif, komprehensif dan integratif dikarenakan dimensi yang dikemukakan Prawiramulia, 2014. Relevan dan secara menyeluruh memenuhi kebutuhan untuk mengavaluasi kualitas jasa elektronik. Terdapat enam dimensi e-Servqual, yaitu Efficiency, Reliability, Responsiveness, Convenience, Easy to Operate, Assurance and Security.

1. Efficiency, yaitu kemampuan memberikan saran pemakaian yang baik dan mudah untuk di pahami.
2. Reliability, kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
3. Responsiveness, yaitu keinginan para staff untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan yang baik dan tanggap.
4. Assurance and Security, mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staff, bebas dari bahaya, resiko atau keraguan.
5. Convenience, memberikan informasi yang tepat untuk setiap pengguna, mempermudah pengguna untuk mencari suatu informasi yang di inginkan oleh para pengguna.
6. Easy to Operate, mendemonstrasikan aplikasi atau layanan yang menarik dan fitur-fitur yang mudah untuk digunakan oleh para pengguna.

#### 2.1.3 Pengertian Layanan

Layanan adalah kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau perorangan kepada konsumen yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lainnya atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan pelanggan. Pelayanan merupakan rasa menyenangkan yang diberikan kepada orang lain disertai keramahan dan kemudahan dalam memenuhi kebutuhan mereka. Pelayanan diberikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah.

Tindakan tersebut dapat dilakukan melalui cara langsung melayani pelanggan artinya karyawan langsung berhadapan dengan pelanggan atau menetapkan sesuatu dimana pelanggan atau nasabah sudah tahu tempatnya atau pelayanan melalui telepon. Tindakan yang dilakukan guna memenuhi kebutuhan pelanggan akan suatu produk atau jasa yang mereka butuhkan.<sup>[7]</sup>

#### 2.1.4 Teori Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler&Keller (2015) pengertian kepuasan pelanggan adalah tingkat keadaan perasaan seseorang yang merupakan hasil perbandingan antara penilaian kinerja/hasil akhir produk dalam hubungannya dengan harapan pelanggan. Perusahaan perlu mengukur kepuasan pelanggan guna melihat umpan balik maupun masukan yang dapat diambil oleh perusahaan untuk pengembangan dan implementasi strategi peningkatan kepuasan pelanggan. Kotler&Keller mengemukakan bahwa terdapat empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu :

1. Sistem keluhan dan saran. Setiap perusahaan yang berpusat pada pelanggan (Customer Centered) perlu memberikan kesempatan bagi pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka. Banyak restoran dan hotel yang memberikan formulir bagi tamu untuk mengetahui kesukaan dan keluhan mereka. Alur informasi ini memberikan banyak gagasan baik dan perusahaan dapat bergerak cepat untuk menyelesaikan masalah.
2. Survei kepuasan pelanggan. Perusahaan tidak dapat beranggapan bahwa sistem keluhan dan saran dapat menggambarkan secara lengkap kepuasan dan kekecewaan pelanggan. Perusahaan yang responsif mengukur kepuasan pelanggan dengan mengadakan survei berkala. Mereka mengirimkan daftar pertanyaan atau menelpon suatu kelompok acak dari pembeli mereka untuk mengetahui perasaan mereka terhadap berbagai aspek kinerja perusahaan. Perusahaan juga menanyakan pendapat pembeli mengenai kinerja perusahaan pesaing.

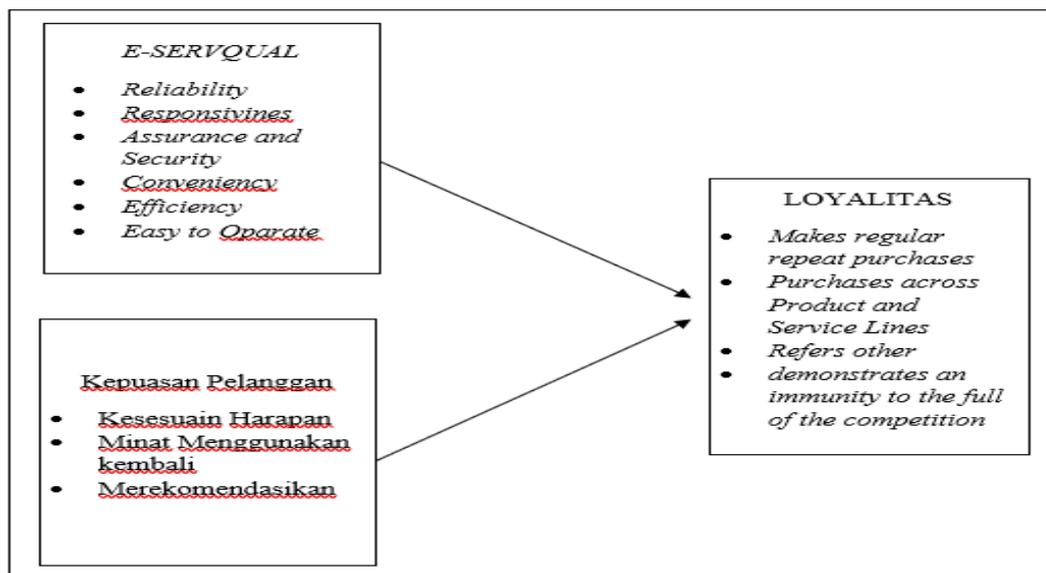
3. Ghost Shopping (pembeli bayangan). Metode ini dilaksanakan dengan cara mempekerjakan beberapa orang (Ghost Shopper) untuk berperan sebagai pelanggan atau pembeli potensial produk perusahaan pesaing untuk melaporkan titik-titik kuat maupun titik-titik lemah yang mereka alami waktu membeli produk perusahaan maupun produk pesaing. Ghost shopper juga dapat mengamati cara penanganan setiap keluhan.

4. Lost Customer Analysis (analisis pelanggan yang beralih). Perusahaan sebaiknya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah berpindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal ini terjadi dan supaya dapat mengambil kebijaksanaan perbaikan atau penyempurnaan selanjutnya.<sup>[8]</sup>

## 2.2 Loyalitas

Menurut Kotler dan Keller (2015) loyalitas adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk/jasa terpilih secara konsisten di masa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perilaku pelanggan beralih.<sup>[9]</sup>

## 2.3 Kerangka Pemikiran



Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran<sup>[10]</sup>

## 2.4 Hipotesis Penelitian

### a. Hipotesis Secara Simultan

Hipotesis pengaruh E-Servqual dan kepuasan pengguna mobile banking terhadap loyalitas.

H0 : E-Servqual dan kepuasan pengguna mobile banking tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas.

H1 : E-Servqual dan kepuasan pengguna mobile banking berpengaruh signifikan terhadap loyalitas.

### b. Hipotesis Secara Parsial

1. Hipotesis pengaruh E-servqual terhadap loyalitas

H0 : Tidak ada pengaruh antara E-Servqual terhadap loyalitas

H1 : Terdapat pengaruh antara E-Servqual terhadap loyalitas

2. Hipotesis pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas

H0 : Tidak ada pengaruh antara Kepuasan nasabah terhadap loyalitas

H1 : Terdapat pengaruh antara Kepuasan nasabah terhadap loyalitas

## 2.5 Ruang lingkup Penelitian

### 2.5.1 Variabel dan Sub Variabel Penelitian

a. Variabel dalam penelitian ini adalah E-Servqual dan kepuasan mobile banking BCA

b. loyalitas nasabah BCA sebagai menggunakan mobile banking BCA

### 2.5.2 Waktu dan Periode Penelitian

Waktu dan periode penelitian ini dilakukan adalah dari bulan Januari 2019 sampai dengan Februari 2019.

### 2.5.3 Lokasi dan Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah pelayanan mobile banking BCA dari Bank Central Asia dimana studi kasus ini adalah pada kantor BCA kota Bandung, Jawa Barat<sup>[12]</sup>

## 3. Pembahasan

### 3.1 Skala Pengukuran

Skala pengukuran adalah kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval (rentang) yang ada, yang digunakan dalam alat ukur, Sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran menghasilkan data kuantitatif.

Dalam operasional variabel penelitian menggunakan skala ordinal, skala ordinal digunakan untuk memberikan informasi nilai pada jawaban. Setiap variabel penelitian diukur dengan menggunakan Instrumen pengukur dalam bentuk kuesioner berskala ordinal yang memenuhi pernyataan-pernyataan Skala Likert.

Menurut Sugiyono (2017:93) yang dimaksud Skala Likert adalah sebagai berikut. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti.<sup>[13]</sup>

**Tabel 3.1 Skala Likert**

Pernyataan	Skor Pernyataan
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Kurang Setuju (KS)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

*Sumber: Sugiyono (2017:135)*

### 3.2 Pengumpulan Data dan Sumber Data

Berdasarkan data yang telah diolah menggunakan software SmartPLS 3.0 yang sesuai dengan framework penelitian, maka terdapat bentuk konstruk seperti yang dapat dilihat pada Gambar 3.1 berikut ini:

### 3.3 Teknik Analisis Data

Menurut dalam buku Metode Penelitian Sugiyono (2017:331) teknik analisis data merupakan cara untuk menganalisa data yang diperoleh dengan tujuan untuk menguji rumusan masalah. Peneliti harus memastikan pola analisa yang digunakan tergantung dari jenis data yang dikumpulkan.

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

#### 1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan variabel. Validitas didefinisikan sebagai jumlah sebagai sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsinya. Item pertanyaan dinyatakan valid jika mempunyai nilai hitung yang lebih besar dari standar. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan bantuan software SPSS versi 21.0.

#### 2. Uji Validitas E-ServQual (X1)

Berikut hasil pengolahan validitas E-ServQual dengan 15 item pertanyaan adalah Berdasarkan hasil pengujian di atas, 15 pertanyaan yang diajukan valid

**Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas E-Servqual**

Variabel	Keterangan	Pearson Correlation	Sign (2-Tailed)	Kesimpulan
<i>E-ServQual</i> (X1)	Instrumen 1	0,780	0,000	Valid
	Instrumen 2	0,528	0,003	Valid
	Instrumen 3	0,571	0,001	Valid
	Instrumen 4	0,711	0,000	Valid
	Instrumen 5	0,726	0,000	Valid
	Instrumen 6	0,561	0,001	Valid
	Instrumen 7	0,612	0,000	Valid
	Instrumen 8	0,479	0,007	Valid
	Instrumen 9	0,462	0,010	Valid
	Instrumen 10	0,553	0,002	Valid
	Instrumen 11	0,468	0,009	Valid
	Instrumen 12	0,626	0,000	Valid
	Instrumen 13	0,581	0,001	Valid
	Instrumen 14	0,577	0,001	Valid
	Instrumen 15	0,698	0,000	Valid

Dari probabilitas tabel 3.3 , dapat disimpulkan bahwa variabel E-ServQual dinyatakan valid atau layak

### 3. Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (X2)

Berikut hasil pengolahan uji validitas kepuasan pelanggan dengan 4 item pertanyaan adalah sebagai berikut :

**Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan**

Variabel	Keterangan	Pearson Correlation	Sign (2-Tailed)	Kesimpulan
Kepuasan Pelanggan (X2)	Instrumen 16	0,597	0,000	Valid
	Instrumen 17	0,579	0,001	Valid
	Instrumen 18	0,506	0,004	Valid
	Instrumen 19	0,665	0,000	Valid

Berdasarkan hasil pengujian diatas, 4 pertanyaan dikatakan valid

$$P=(4/4 \times 100\%)=100\%$$

Dari probabilitas diatas, dapat disimpulkan bahwa variabel kepuasan pelanggan dinyatakan valid atau layak.

### 3.5 Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruktor responden yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner. Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan untuk lebih dari satu variabel, namun sebaiknya uji reliabilitas sebaiknya dilakukan pada masing-masing variabel pada lembar kerja yang berbeda, sehingga dapat diketahui konstruk variabel mana yang tidak reliabel. Sugiyono (2014:172) reliabel adalah uji yang bila digunakan beberapa untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama

Tabel 3.3 Hasil Uji *Composite Reliability*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.913	23

N : Jumlah Instrumen Variabel X1, X2 dan Y

Kategori Koefisien Reabilitas (Aturan Guilford), sebagai berikut :

- $0,80 < r < 1,00$  reliabilitas sangat tinggi
- $0,60 < r < 0,80$  reliabilitas tinggi
- $0,40 < r < 0,60$  reliabilitas sedang
- $0,20 < r < 0,40$  reliabilitas rendah

Hasil R Tabel (dengan  $df = 28$  atau  $n = 30$ ) ;  $0,05 = 0,3610$

Kesimpulan:

Nilai koefisien reliabilitas (Cronbach's Alpha) sebesar 0,913 lebih besar dari R tabel (0,3061) artinya instrumen variabel E-ServQual (X1), kepuasan pelanggan (X2) dan Loyalitas (Y) reliabilitas sangat tinggi. Jika mengikuti aturan Guilford, instrmen tersebut memiliki tingkat reliabilitas yang sangat tinggi..

### 3.6 Pengujian Hipotesis

Hipotesis adalah asumsi atau dugaan mengenai suatu hal yang dibuat untuk menjelaskan suatu hal yang sering dituntut untuk melakukan pengecekannya. Sugiyono (2017:87) mendefinisikan hipotesis statistik yaitu sebagai, dalam perumusan hipotesis statistik, antara hipotesis alternatif ( $H_a$ ) selalu berpasangan, bila salah satu ditolak, maka yang lain pasti diterima sehingga keputusan yang tegas, yaitu kalo kalo  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima.

Hipotesis statistik dinyatakan melalui simbol-simbol.

Rancangan pengujian hipotesis digunakan untuk mengetahui korelasi dari kedua variabel yang diteliti. Tahap-tahap dalam rancangan pengujian hipotesis ini dimulai dengan penetapan hipotesis ( $H_0$ ) dan hipotesis alternative ( $H_a$ ), pemilihan tes statistik, perhitungan nilai statistik dan penetapan tingkat signifikan

### 3.7 Uji Parsial T (test)

Uji parsial digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Hipotesis dalam penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh kepuasan pelayanan mobile banking terhadap loyalitas nasabah. Dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$T = \beta_n / S\beta_n$$

Sumber: Ghozali (2016)

Keterangan:

T = Mengikuti fungsi t dengan derajat kebebasan (df)

$\beta_n$  = Koefisien regresi masing-masing variabel.

$S\beta_n$  = Standar error masing-masing variabel.

Dasar pengambilan keputusan:

- a. Jika probabilitas (signifikansi)  $> 0,05$  (a) atau  $T_{hitung} < T_{tabel}$  berarti hipotesis tidak terbukti maka  $H_0$  diterima  $H_a$  ditolak, bila dilakukan uji secara parsial.
- b. Jika probabilitas (signifikansi)  $< 0,05$  (a) atau  $T_{hitung} > T_{tabel}$  berarti hipotesis terbukti maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, bila dilakukan uji secara parsial.

### 4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang disertai dengan teori-teori yang mendukung mengenai Pengaruh Kepuasan Pengguna Pelayanan Mobile Banking Terhadap Loyalitas Nasabah Bank BCA di Bandung, penulis menyimpulkan bahwa E-Servqual dan Kepuasan berpengaruh kuat terhadap loyalitas nasabah Bank BCA di Bandung. Maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis variabel Efficiency. Data yang diperoleh menyatakan bahwa dari setiap pertanyaan yang dihasilkan melalui indikator kuesioner, bahwa tanggapan nasabah mengenai Efficiency mobile banking BCA di Bandung memiliki respon yang sangat baik.
2. Berdasarkan hasil analisis variabel Reability. Data yang diperoleh menyatakan bahwa dari setiap pertanyaan yang dihasilkan melalui indikator kuesioner, bahwa tanggapan nasabah mengenai Reability mobile banking BCA di Bandung memiliki respon yang sangat baik.

3. Berdasarkan hasil analisis variabel Responsivines. Data yang diperoleh menyatakan bahwa dari setiap pertanyaan yang dihasilkan melalui indikator kuesioner, bahwa tanggapan nasabah mengenai Responsivines mobile banking BCA di Bandung memiliki respon yang sangat baik.
4. Berdasarkan hasil analisis variabel Conveniency. Data yang diperoleh menyatakan bahwa dari setiap pertanyaan yang dihasilkan melalui indikator kuesioner, bahwa tanggapan nasabah mengenai Conveniency mobile banking BCA di Bandung memiliki respon yang sangat baik.
5. Berdasarkan hasil analisis variabel Assurance and Security. Data yang diperoleh menyatakan bahwa dari setiap data yang dihasilkan melalui indikator kuesioner, bahwa tanggapan nasabah mengenai Assurance and security mobile banking BCA di Bandung memiliki respon yang baik.
6. Berdasarkan hasil analisis variabel Easy to Operate. Data yang diperoleh menyatakan bahwa dari setiap pertanyaan data yang dihasilkan melalui indikator kuesioner, bahwa tanggapan nasabah mengenai Easy to Operate mobile banking BCA di Bandung memiliki respon yang sangat baik.
7. Berdasarkan Hasil analisis variabel E-Servqual mempunyai pengaruh positif terhadap loyalitas sebesar 0,123 yang artinya semakin baik Pelayanan, maka loyalitas nasabah akan mengalami kenaikan.
8. Berdasarkan Hasil analisis variabel kepuasan nasabah mempunyai pengaruh positif terhadap loyalitas sebesar 0,370 yang artinya semakin banyak kepuasan nasabah, maka loyalitas nasabah akan mengalami kenaikan

#### 4.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang sekiranya dapat bermanfaat bagi pihak perusahaan

##### 4.2.1 Aspek Teoritis

1. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan variabel yang sama namun dapat mencoba untuk menelitian objek penelitian yang berbeda
2. Penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel mediasi seperti minat pengguna mobile banking dan persepsi kemudahan pengguna

##### 4.2.2 Aspek Praktis

1. Pada penelitian hal yang harus diperhatikan adalah item Efficiency. Proses registrasi tidak hanya dengan mengunduh aplikasi mobile banking, tetapi juga mengaktifkan layanan tersebut dengan datang ke Bank BCA, dan menurut sebagian nasabah proses registrasi mobile banking mudah. Tetapi adapun nasabah yang mengatakan proses tersebut terbilang rumit, hal ini harus diperhatikan oleh pihak bank BCA. Karena dapat mengurangi kepuasan nasabah dan para nasabah menginginkan hal yang lebih efisien
2. Penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan dalam mengoperasikan mobile banking ( Reability ). Variabel penelitian yang mempengaruhi dalam jumlah yang besar terhadap kepuasan nasabah. Namun kemudahan dalam mengoperasikan layanan mobile banking ini disisi lain masih dirasakan kurang optimal. Menurut sebagian nasabah yang kurang setuju layanan mobile banking sangat mudah digunakan
3. Penelitian ini memiliki asumsi Responsivines mobile banking dalam katagori sangat setuju / baik. Dengan kualitas layanan mobile banking. Maka diharapkan kepada bank BCA untuk lebih meningkatkan kualitas layanan mobile banking untuk menambahkan fitur dalam pembayaran, karena masih terdapat beberapa pembayaran yang tidak dapat dilakukan melalui Smartphone.

#### Daftar Pustaka

- Abadi. (2015). Mobile Banking & Smartphone. Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BCA di Kota Bandung.
- Abdurrahman. (2015). Membangun Strategi Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. In N. Hardiana, Manajemen Strategi Pemasaran (p. 427).
- Alkayed Waiel. (2014). Service Quality and Customer Satisfaction. Service Quality and Customer Satisfaction in Cairo-Amman Bankin Jordan.
- APJII. (2016). Internet Indonesia. Retrieved from [www.APJII.co.id](http://www.APJII.co.id): <http://www.APJII.co.id>
- Apriyani. (2015). Smartphone. Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BCA di Kota Bandung.
- Arif, M. (2018). Kualitas Layanan, Ekuitas merek, Citra bank yang dimediasikan kepuasan terhadap loyatitas. Kualitas Layanan, Ekuitas merek, Citra Bank yang dimediasikan Kepuasan Terhadap Loyatitas Nasabah Pengguna Mobile Banking Bank Mandiri di Surabaya.
- Bank, S. (2017). Mobile Banking . Retrieved from [www.shinhan.co.id](http://www.shinhan.co.id): <https://www.shinhan.co.id/>
- BCA, B. (2014). Profil perusahaan bank BCA. Diambil kembali dari [www.bca.co.id](http://www.bca.co.id): <http://www.bca.co.id>
- BCA, B. (2014). Struktur Organisasi Bank BCA. Retrieved from [www.bca.co.id](http://www.bca.co.id): <http://www.bca.co.id>
- Chien Shih Yu So-Chian. (2016). Factors Affecting Individuals to Adopt Mobile Banking. Factors Affecting

- Individuals to Adopt Mobile Banking: Empercial Evidance From The UTAUT Model.
- Dhista, N. (2015). perkembangan internet di indonesia. mobile banking.
- Griffin. (2015). Jenis Loyalitas. In Erlangga, Customer Loyalty (p. 21).
- Griffin. (2015). Loyalitas Pelanggan. In Erlangga, Customer Loyalty (pp. 31-35).
- Gujarati. (2012). Uji Koefisien Determinasi. In Metode Penelitian (p. 172).
- Indrawati. (2015). Hipotesis Altermatif. 94