

DETERMINAN LAYANAN MOBILE BANKING TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI BANK MANDIRI TASPEN KCP CIMAHI

Ninit Nurdyanti¹, Dadin Solihin², Nida Hiyatatul Ummah³, Bubun Bunyamin⁴,
Rahmat Nur Ramdan⁵

STAI Pelita Nusa Bandung Barat^{1,2,3,4,5}

ninitnrdynti@gmail.com¹, dadinsolihin21@gmail.com², ndhidayatul@gmail.com³,
bubunbuny174@gmail.com⁴, ceprahmat49@gmail.com⁵

ABSTRAK

Persaingan industri perbankan mendorong peningkatan kualitas layanan untuk mempertahankan kepercayaan dan kepuasan nasabah. Salah satu inovasi tersebut adalah *mobile banking* yang memungkinkan transaksi secara mudah, cepat, fleksibel, dan tersedia selama 24 jam. Meskipun penggunaannya di Bank Mandiri Taspen KCP Cimahi meningkat, masih ditemukan ketidakpuasan dari sebagian kecil nasabah. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah. Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan lapangan terhadap **170 responden**. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan uji korelasi, regresi linier sederhana, koefisien determinasi (R^2), dan uji t dengan SPSS 31.0. Hasil penelitian menunjukkan korelasi positif sebesar $r = 0,205$ dengan kategori rendah. Nilai $R^2 = 0,042$ menunjukkan bahwa layanan *mobile banking* berkontribusi sebesar **4,2%** terhadap kepuasan nasabah, sedangkan 95,8% dipengaruhi faktor lain. Persamaan regresi $Y = 65,911 + 0,195X$ menunjukkan pengaruh positif. Uji t menghasilkan $t_{hitung} = 2,720 > t_{tabel} = 1,974$ dan signifikansi $0,007 < 0,05$, sehingga layanan *mobile banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Kata Kunci: Layanan *Mobile Banking*, Kepuasan Nasabah, Bank Mandiri Taspen.

ABSTRACT

Competition in the banking industry encourages the improvement of service quality to maintain customer trust and satisfaction. One of these innovations is *mobile banking*, which allows transactions to be easy, fast, flexible, and available 24 hours. Although its use at Bank Mandiri Taspen KCP Cimahi has increased, dissatisfaction among a small number of customers is still found. This study aims to analyse the influence of *mobile banking* services on customer satisfaction. The study used a quantitative method with a field approach to **170 respondents**. Data were collected through questionnaires and documentation, then analysed using correlation tests, simple linear regression, determination coefficients (R^2), and t -tests with SPSS 31.0. The results showed a positive correlation of $r = 0.205$ with the low category. The value of $R^2 = 0.042$ showed that *mobile banking* services contributed **4.2%** to customer satisfaction, while 95.8% was influenced by other

factors. The regression equation $Y = 65.911 + 0.195X$ showed a positive influence. The t-test produces $t_{\text{calculation}} = 2.720 > t_{\text{table}} = 1.974$ and significance $0.007 < 0.05$, so *mobile banking services* have a positive and significant effect on customer satisfaction.

Keywords: *Mobile Banking Services, Customer Satisfaction, Bank Mandiri Taspen.*

PENDAHULUAN

Persaingan Bisnis dalam dunia perbankan semakin ketat baik dipasar domestik maupun internasional (Tjiptono, 2012). Guna memenuhi kebutuhan nasabah pada industri perbankan, kualitas pelayanan nasabah sangat penting bagi perusahaan untuk dikelola dengan baik agar tetap mendapatkan kepercayaan dan kepuasan nasabah (Kotler, 2005).

Kepuasan nasabah tidak hanya memberikan keuntungan dalam jangka pendek akan tetapi mampu memberikan keuntungan dalam jangka panjang dan memberikan keunggulan daya saing bagi perusahaan penyedia jasa (bank). Apabila nasabah selalu merasa pelayanan yang diberikan oleh bank melebihi harapannya, artinya kecil kemungkinan nasabah untuk beralih ke bank lain (Astika Kurniawati et al., 2017); (Adelia, 2020).

Kepuasan nasabah merupakan salah satu aspek penting yang perlu diperhatikan dalam industri perbankan. Kepuasan tersebut tidak terlepas dari kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah. Oleh karena itu, kualitas pelayanan perlu dikelola secara optimal agar perusahaan mampu mempertahankan kepercayaan sekaligus memenuhi harapan dan kepuasan nasabah (Sangadji & Sopiah, 2013).

Salah satu upaya yang dapat dilakukan oleh lembaga perbankan untuk mengoptimalkan kualitas pelayanan adalah dengan menyediakan fasilitas layanan *mobile banking*. Kehadiran layanan *mobile banking* memungkinkan nasabah melakukan berbagai transaksi perbankan secara lebih mudah dan fleksibel tanpa harus datang langsung ke kantor bank. Transaksi melalui *mobile banking* dapat dilakukan di mana saja selama tersedia jaringan yang mendukung, serta dapat diakses selama 24 jam secara *real time* (Supriyono, 2011); (Kurniatin, 2021).

Perkembangan teknologi digital juga mendorong industri perbankan untuk terus melakukan inovasi dan meningkatkan kualitas layanan *mobile banking*. Persaingan antarbank dalam mengembangkan layanan digital semakin meningkat seiring dengan adanya perubahan pola transaksi nasabah dari layanan perbankan konvensional menuju layanan berbasis digital. Nabilah menempatkan *mobile banking* sebagai inovasi layanan digital yang memberikan kemudahan, kecepatan, efisiensi, dan aksesibilitas dalam transaksi perbankan. Kualitas layanan digital

tersebut dipandang dapat membentuk persepsi positif dan meningkatkan minat penggunaan produk perbankan syariah (Nabilah, 2025).

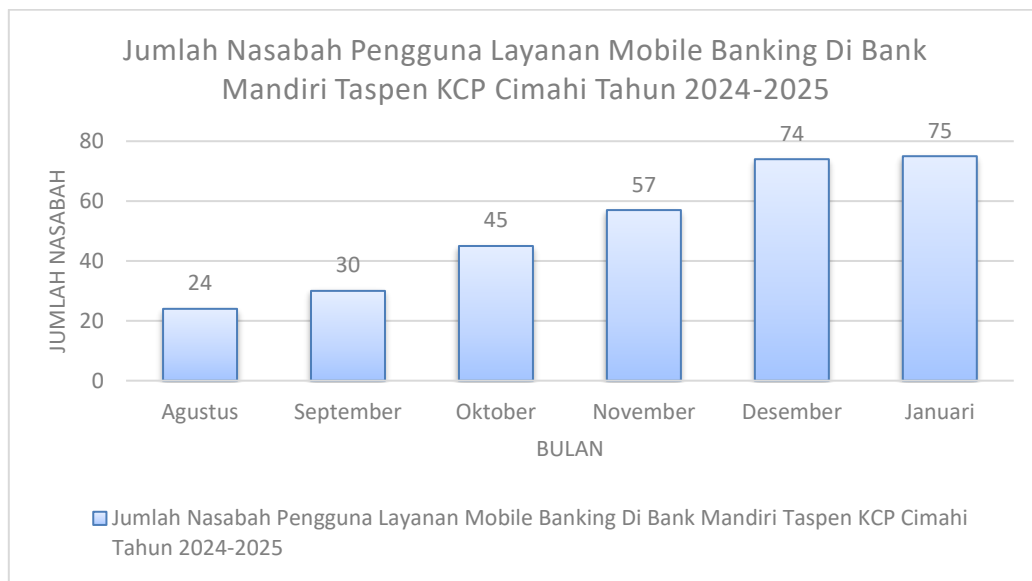
Berdasarkan data Bank Indonesia, volume transaksi mobile banking mencapai 3,2 miliar transaksi sejak awal tahun hingga Mei 2022. Jumlah tersebut mengalami pertumbuhan sebesar 67,87% secara year on year (yoy) dibandingkan periode yang sama pada tahun sebelumnya yang mencapai 1,90 miliar transaksi. Transaksi yang mendominasi adalah transfer antarbank yang tumbuh sebesar 76,06% yoy menjadi 2,19 miliar transaksi. Selanjutnya, transaksi pembayaran meningkat sebesar 57,20% yoy menjadi 531,43 juta transaksi, sedangkan transaksi antarbank lainnya mengalami peningkatan sebesar 47,33% menjadi 474,58 juta transaksi (Putu Mega Ayu Kusuma Sari, 2023).

Peningkatan penggunaan dan volume transaksi mobile banking tersebut menjadi salah satu faktor yang mendorong Bank Mandiri Taspen KCP Cimahi untuk terus meningkatkan kualitas layanan digital yang diberikan kepada nasabah. Layanan mobile banking yang ditawarkan oleh Bank Mandiri Taspen KCP Cimahi dilengkapi dengan berbagai fitur yang dirancang untuk memberikan kemudahan dan kenyamanan dalam melakukan transaksi perbankan.

Melalui layanan tersebut, nasabah diharapkan dapat melakukan berbagai aktivitas perbankan secara lebih efektif, efisien, cepat, dan fleksibel tanpa harus melakukan transaksi secara langsung di kantor cabang. (Matondang et al., 2025) menyatakan bahwa efisiensi dan keandalan merupakan unsur penting dalam kualitas layanan mobile banking. Efisiensi berkaitan dengan kemampuan layanan menyelesaikan transaksi secara cepat, mudah, dan hemat waktu, sedangkan keandalan berkaitan dengan kestabilan sistem, ketepatan transaksi, kecepatan respons, dan keamanan layanan.

Demikian, keberadaan layanan mobile banking tidak hanya menjadi sarana untuk meningkatkan kemudahan dalam bertransaksi, tetapi juga merupakan bagian dari strategi peningkatan kualitas pelayanan perbankan. Kualitas layanan mobile banking yang baik diharapkan dapat memenuhi kebutuhan dan harapan nasabah sehingga pada akhirnya dapat meningkatkan kepuasan nasabah. Oleh karena itu, penting untuk mengetahui sejauh mana kualitas layanan mobile banking yang diberikan oleh Bank Mandiri Taspen KCP Cimahi dapat memengaruhi tingkat kepuasan nasabah.

Gambar 1.1.
Jumlah Nasabah Pengguna Layanan Mobile Banking di Bank Mandiri Taspen
KCP Cimahi Tahun 2024-2025



Sumber: Bank Mandiri Taspen KCP Cimahi.

Berdasarkan data tersebut, jumlah pengguna mobile banking Bank Mandiri Taspen KCP Cimahi menunjukkan peningkatan dari 24 nasabah pada Agustus 2024 menjadi 75 nasabah pada Januari 2025, dengan total 305 nasabah selama periode tersebut. Peningkatan ini menunjukkan bahwa layanan mobile banking semakin diminati dan menjadi bagian penting dalam aktivitas transaksi nasabah.

Namun, peningkatan jumlah pengguna tersebut belum sepenuhnya diikuti oleh kepuasan nasabah. Berdasarkan hasil wawancara awal, dari 305 pengguna terdapat tiga nasabah yang menyampaikan keluhan terhadap layanan mobile banking. Fenomena ini menunjukkan adanya kesenjangan antara meningkatnya penggunaan layanan dengan kepuasan yang dirasakan sebagian nasabah.

Kondisi tersebut menjadi menarik untuk dikaji karena keberhasilan mobile banking tidak hanya ditentukan oleh peningkatan jumlah pengguna, tetapi juga oleh kemampuan layanan dalam memenuhi kebutuhan dan harapan nasabah. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis dampak kualitas layanan mobile banking terhadap kepuasan nasabah pada Bank Mandiri Taspen KCP Cimahi.

METODOLOGI

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan lapangan. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2024, p. 8).

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2024). Populasi penelitian adalah 305 nasabah pengguna *mobile banking* di Bank Mandiri Taspen KCP Cimahi. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2024).

Peneliti mengambil sampel sebanyak 170 responden berdasarkan penentuan sampel dengan menggunakan rumus krejcie & morgan, dan teknik sampling yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2024).

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati (Sugiyono, 2024) Instrumen penelitian yang menggunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner yang diuji validitas dan reliabilitasnya. Data dianalisis dengan uji regresi linier sederhana, korelasi, koefisien determinasi, serta uji t menggunakan SPSS versi 31.0.

HASIL PENELITIAN

Pelayanan Mobile Banking

Pelayanan yang dimaksud sebagai variabel bebas. Pelayanan *mobile banking* merupakan suatu tingkat keunggulan yang diberikan kepada nasabah dengan keunggulan tersebut diharapkan dapat memenuhi harapan nasabah. Menurut Riswandi (2005:83), *m-banking* merupakan suatu layanan inovatif yang ditawarkan oleh bank yang memungkinkan pengguna kegiatan transaksi perbankan melalui *smartphone* (Zulkifly et al., 2022).

Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah adalah variabel terikat. Menurut Kotler dan Keller (2017:353), kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil sesuai dengan yang diharapkan atau bahkan melebihi harapan nasabah (Harahap, 2020).

Hasil Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner (Ghozali, 2009). Kriteria penilaian uji validitas yang digunakan yaitu: Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ pada signifikan 0,05 atau 5% maka pernyataan tersebut valid dan apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ pada signifikan 0,05 atau 5% maka pernyataan tersebut tidak valid (Diva, 2022).

Tabel 1.2
Hasil Uji Validitas Variabel (X) Layanan Mobile Banking

No. Item Pertanyaan	Variabel X Layanan Mobile Banking		
	Nilai r_{hitung}	Nilai r_{tabel} (0,05)	Keputusan
1	0.660	0.1506	Valid
2	0.440	0.1506	Valid
3	0.456	0.1506	Valid
4	0.427	0.1506	Valid
5	0.444	0.1506	Valid
6	0.432	0.1506	Valid
7	0.520	0.1506	Valid
8	0.439	0.1506	Valid
9	0.439	0.1506	Valid
10	0.437	0.1506	Valid
11	0.428	0.1506	Valid
12	0.418	0.1506	Valid
13	0.508	0.1506	Valid
14	0.432	0.1506	Valid
15	0.421	0.1506	Valid
16	0.392	0.1506	Valid
17	0.471	0.1506	Valid
18	0.622	0.1506	Valid
19	0.465	0.1506	Valid
20	0.547	0.1506	Valid

Sumber: Data Primer Diolah Output (SPSS versi 31.0, 2025)

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan pada variabel Layanan *Mobile Banking* (X) dinyatakan valid karena r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} dengan tingka signifikansi 0,05. Jadi butir instrumen Layanan *Mobile Banking* (X) dinyatakan lulus dalam uji validitas kuesioner sehingga dapat diuji reliabilitasnya.

Tabel 1.3
Hasil Uji Validitas Variabel (Y) Kepuasan Nasabah

No. Item Pertanyaan	Variabel Y Kepuasan Nasabah		
	Nilai r_{hitung}	Nilai r_{tabel} (0,05)	Keputusan
1	0.639	0.1506	Valid
2	0.291	0.1506	Valid
3	0.498	0.1506	Valid
4	0.528	0.1506	Valid
5	0.497	0.1506	Valid
6	0.391	0.1506	Valid
7	0.439	0.1506	Valid
8	0.529	0.1506	Valid
9	0.373	0.1506	Valid

10	0.475	0.1506	Valid
11	0.445	0.1506	Valid
12	0.458	0.1506	Valid
13	0.327	0.1506	Valid
14	0.276	0.1506	Valid
15	0.500	0.1506	Valid
16	0.310	0.1506	Valid
17	0.416	0.1506	Valid
18	0.517	0.1506	Valid
19	0.347	0.1506	Valid
20	0.497	0.1506	Valid

Sumber: Data Primer Diolah Output (SPSS versi 31.0, 2025)

Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan pada variabel Kepuasan Nasabah (Y) dapat dinyatakan valid karena r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} dengan tingkat signifikansi 0,05. Jadi butir instrumen kepuasan nasabah (Y) dinyatakan lulus dalam uji validitas kuesioner sehingga dapat diuji reliabilitasnya.

Hasil Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas berasal dari kata reliability yang memiliki arti sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2017). Kriteria yang digunakan dalam uji reliabilitas adalah sebagai berikut: Apabila Cronbach's Alpha > 0,60 atau 60% maka pernyataan tersebut reliabel, namun apabila Cronbach's Alpha < 0,60 atau 60% maka pernyataan tersebut tidak reliabel (Diva, 2022).

Tabel 1.4.

Hasil Uji Reliabilitas Variabel (X) Layanan Mobile Banking

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.802	20

Sumber : Data Primer Diolah Output (SPSS versi 31.0, 2025)

Berdasarkan tabel 4.9 diatas hasil pengujian reliabilitas dapat diketahui angka cronbach's alpha sebesar 0,802. Yang artinya $0,802 > 0,6$, maka dapat disimpulkan bahwa instrumen untuk mengukur variabel X dikatakan reliabel.

Tabel 1.5.

Hasil Uji Reliabilitas Variabel (Y) Kepuasan Nasabah

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.765	20

Sumber : Data Primer Diolah Output (SPSS versi 31.0, 2025)

Berdasarkan tabel 4.10 diatas hasil pengujian reliabilitas dapat diketahui angka cronbach's alpha sebesar 0.765. Yang artinya $0.765 > 0.6$, maka dapat disimpulkan bahwa instrumen untuk mengukur variabel Y dikatakan reliabel.

Uji Normalitas

Pada uji normalitas data dapat dilakukan dengan menggunakan uji One Sampel Kolmogorov Smirnov yaitu dengan ketentuan Jika angka signifikansi (Sig) > 0.05 , maka menunjukkan data pendistribusian normal. Adapun uji One Sampel Kolmogorov Smirnov dalam penelitian ini:

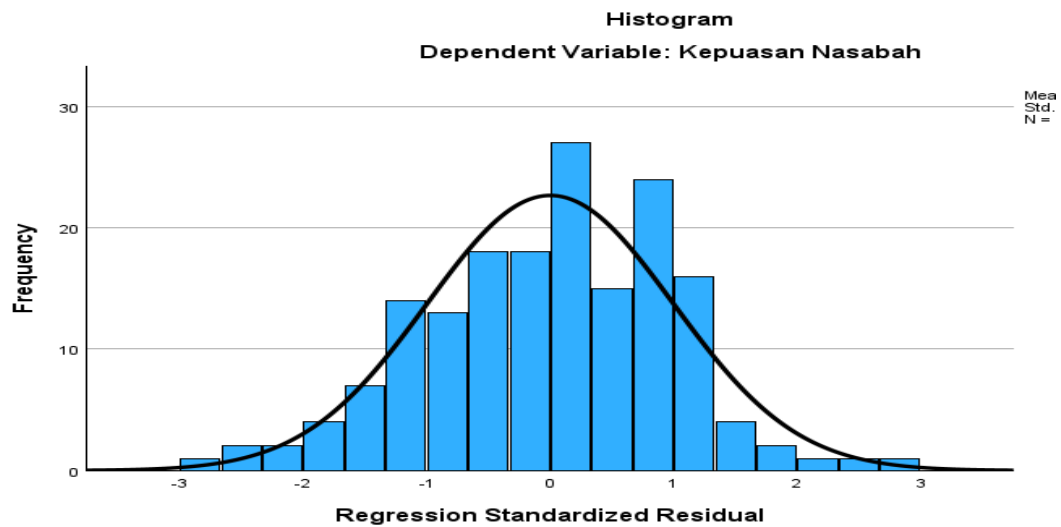
Tabel 1.6.
Hasil Uji Normalitas One-Sampel Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Unstandardized Residual
N			170
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		6.15825234
Most Extreme Differences	Absolute		.041
	Positive		.039
	Negative		-.041
Test Statistic			.041
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			.200 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.		.713
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.701
		Upper Bound	.724
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			
d. This is a lower bound of the true significance.			
e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.			

Sumber: Data Primer Diolah Output (SPSS versi 31.0, 2025)

Merujuk pada tabel uji Kolmogorov-Smirnov terhadap residual regresi diatas, diperoleh nilai Asymp. Sig (2-tailed) sebesar 0,200, yang artinya $0,200 > 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa residual berdistribusi secara normal. Selain menggunakan uji statistik Kolmogorov-Smirnov, pemeriksaan normalitas juga dapat dilakukan secara visual melalui histogram dan P-Plot, sebagai berikut:

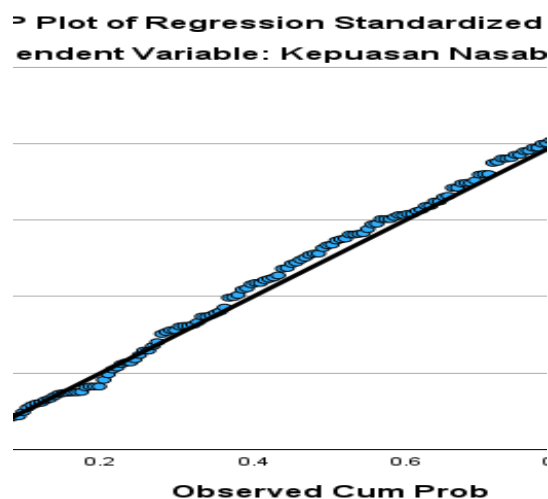
Gambar 1.7 Histogram Display Normal Curve



Sumber: Data Primer Diolah Output (SPSS versi 31.0, 2025)

Menurut Ghozali (2018:160), histogram dapat digunakan untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal. Jika bentuk histogram mendekati kurva normal atau kurva lonceng (bell-shaped), maka dapat disimpulkan bahwa residual berdistribusi normal. (Ghozali, 2018) Dari gambar 4.2 diatas dapat dilihat bahwa garis histogram berbentuk lonceng dan tidak miring kekanan atau kekiri, maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

Gambar 1.8 Grafik P-Plot



Sumber: Data Prime Diolah Output (SPSS versi 31.0, 2025)

Menurut Ghozali P-Plot digunakan untuk digunakan untuk melihat normalitas data. Data dikatakan berdistribusi normal apabila titik titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis tersebut (Ghozali, 2018). Gambar

diatas menunjukkan bahwa data menyebar pada sekitar garis diagonal yaitu mengikuti arah garis diagonalnya. Maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat secara parsial. Penelitian ini pengolahan data menggunakan SPSS versi 31.0. Berdasarkan data-data yang telah diperoleh dari 170 responden di dapat hasil sebagai berikut:

Uji Regresi Sederhana

Tabel 1.9
Perhitungan Regresi Sederhana Variabel X Terhadap Y

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	65.911	6.322		10.425	<.001
	Layanan Mobile Banking	.195	.072	.205	2.720	.007

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Data Primer Diolah Output (SPSS versi 31.0, 2025)

Berdasarkan tabel diatas diperoleh koefisien regresi untuk variabel layanan *mobile banking* adalah 0,195 dengan konstant sebesar 65.911 sehingga diperoleh model persamaan regresi sebagai berikut $Y = a + bx = 65.911 + 0,195x$. Pengujian signifikansi linear untuk membandingkan antara nilai probabilitas 0,05 dengan nilai sig. Hipotesis yang diajukan adalah hipotesis alternatif (H_a): layanan *mobile banking* berkontribusi secara signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Mandiri Taspen KCP Cimahi atau dengan kata lain H_a koefisien regresi signifikan. Dengan kriteria penerimaan dan penolakan sebagai berikut: Jika $T_{hitung} > T_{tabel}$ maka H_0 ditolak (ada pengaruh yang signifikan). Berdasarkan signifikansi, kriterianya sebagai berikut: Jika signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima, sedangkan jika signifikansi $< 0,05$ maka H_a ditolak.

Berdasarkan Output SPSS versi 31.0 diatas dapat dilihat bahwa T_{hitung} adalah 2.720 sedangkan T_{tabel} dengan signifikansi 5% dan $df = (N-k) 170-2 = 168$, maka ditetapkan angka 1,974 artinya H_0 ditolak dan H_a diterima atau dapat dikatakan bahwa ada dampak layanan *Mobile Banking* terhadap kepuasan nasabah di Bank Mandiri Taspen KCP Cimahi.

Uji Korelasi Product Moment

Tabel 1. 10
Perhitungan Korelasi Variabel X Terhadap Y

Correlations			
		Layanan Mobile Banking	Kepuasan Nasabah
Layanan Mobile Banking	Pearson Correlation	1	.205**
	Sig. (2-tailed)		.007
	N	170	170
Kepuasan Nasabah	Pearson Correlation	.205**	1
	Sig. (2-tailed)	.007	
	N	170	170

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Data Primer Diolah Output (SPSS versi 31.0, 2025)

Berdasarkan tabel 4.13 diatas dapat dilihat bahwa nilai pearson correlation antara variabel X dan variabel Y sebesar 0,205 dengan nilai signifikansi (Sig. 2-tailed) sebesar 0,007. Nilai pearson correlation sebesar 0,205 menunjukan bahwa terdapat hubungan antara variabel X dan Y yang bersifat positif dan berada pada kategori rendah, artinya semakin baik layanan *mobile banking*, maka kepuasan nasabah cenderung meningkat, meskipun hubungan yang terbentuk tidak kuat. Sehingga dapat diartikan bahwa hipotesi alternatif (H_a) diterima, artinya variabel X memiliki pengaruh dan berkontribusi sebesar 20,5% terhadap variabel Y.

Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 1.11
Perhitungan Determinasi Variabel X Terhadap Y

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.205 ^a	.042	.036	6.177

a. Predictors: (Constant), Layanan Mobile Banking

Sumber: Data Primer Diolah Output (SPSS versi 31.0, 2025)

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan menggunakan SPSS 31.0, menunjukan seberapa bagus model regresi yang dibentuk oleh interaksi variabel bebas dan variabel terikat, diperoleh nilai R^2 dari tabel Model Summary adalah 0,042 atau sekitar 4,2 %. Yang artinya, Layanan *Mobile Banking* (X) berpengaruh

terhadap Kepuasan Nasabah (Y) pada Bank Mandiri Taspen KCP Cimahi sebesar 4,2 % dan sisanya 95,8 % dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini (tidak diteliti), seperti kualitas pelayanan langsung oleh karyawan serta kemudahan akses di kantor cabang.

Uji T

Uji t bertujuan untuk melihat signifikansi secara parsial anatar variabel independen terhadap variabel dependen. Dengan dasar pengambilan keputusan jika probabilitas (signifikansi) $< 0,05$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Jika probabilitas s (signifikansi) $> 0,05$ atau $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang berarti variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Untuk mendapatkan *degree of freedom* (df) = $n - k$. Maka jumlah (n) sampel sebanyak 170 responden, maka $df = 170 - 2 = 168$ dengan alpha 0,05 sehingga didapat t-tabel sebesar 1,974, sehingga hasil pengujian:

Tabel 1.12
Perhitungan Uji T Variabel X Terhadap Variabel Y

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	65.911	6.322		10.425	<.001
	Layanan Mobile Banking	.195	.072	.205	2.720	.007

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Data Primer Diolah Output (SPSS versi 31.0, 2025) (SPSS, 2023)

Berdasarkan tabel 4.15 diatas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,007, yang artinya nilai signifikansi $0,007 < 0,05$ dan nilai T_{hitung} sebesar 2,720, yang artinya nilai T_{hitung} $2,720 > 1,974$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya variabel layanan *mobile banking* (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah (Y).

Pembahasan

Penelitian ini dilakukan pada nasabah Bank Mandiri Taspen KCP Cimahi dengan penentuan sampel menggunakan rumus krejcie & morgan sehingga mendapatkan sampel sebanyak 170 sampel. Kuesioner disebarkan kepada nasabah Bank Mandiri Taspen KCP Cimahi yang menggunakan layanan *mobile banking*, setelah penyebaran kuesioner dilakukan selanjutnya adalah melakukan

uji validitas dan reliabilitas. Hasil dari uji validitas dan reliabilitas tersebut dinyatakan valid dan reliabel dengan 20 item pernyataan untuk variabel layanan *mobile banking* dan sebanyak 20 item pernyataan untuk variabel kepuasan nasabah.

Gambaran dari hasil pengujian tersebut adalah uji validitas semua item pernyataan dengan tingkat signifikansi 5%, semua item pernyataan dikatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$. Kemudian pada uji reliabilitas diketahui variabel layanan *mobile banking* (X) sebesar 0,802, karena $r_{hitung} > 0,6$ atau $0,802 > 0,6$, maka variabel ini dikatakan reliabel. Pada reliabilitas variabel kepuasan nasabah (Y) adalah 0,765, artinya $0,765 > 0,6$, maka variabel ini dikatakan reliabel. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel X dan Y dalam penelitian ini reliabel.

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji asumsi klasik yang turunannya adalah uji normalitas. Dalam penelitian ini uji normalitas dilakukan dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov. Hasil uji normalitas diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,200 yang artinya $0,200 > 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa uji normalitas dalam penelitian ini berdistribusi normal.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh layanan *mobile banking* (X) terhadap kepuasan nasabah (Y). Hasil dari perhitungan dengan menggunakan SPSS 31.0 didapatkan nilai variabel X terhadap Y, menunjukkan bahwa layanan *mobile banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dengan nilai r adalah 0,205 pada taraf signifikansi 0,05, yang menunjukkan adanya hubungan positif walaupun berada pada kategori rendah. Meskipun hubungan yang terjadi termasuk kategori rendah, tetapi tetap menunjukkan bahwa layanan *mobile banking* memiliki kontribusi terhadap kepuasan nasabah, walaupun bukan satu-satunya faktor penentu. Sedangkan pada uji koefisien determinasi diperoleh nilai R^2 sebesar 0,042, artinya menunjukkan bahwa kepuasan nasabah dipengaruhi layanan *mobile banking* sebesar 4,2%, dengan kata lain sisanya sebesar 95,8% dipengaruhi oleh faktor faktor lain diluar peneitian ini yang tidak diteliti.

Hasil analisis regresi sederhana diperoleh koefisien regresi untuk variabel layanan *mobile banking* adalah 0,195 dengan konstant sebesar 65.911 sehingga diperoleh model persamaan regresi sebagai berikut $Y = a + bx = 65.911 + 0,195x$. Hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu poin pada layanan *mobile banking* akan berdampak pada peningkatan kepuasan nasabah sebesar 0,195 poin. Sehingga diartikan hubungan antara variabel layanan *mobile banking* (X) dan kepuasan nasabah (Y) bersifat positif.

Jadi semakin tinggi kualitas layanan *mobile banking* yang dirasakan oleh nasabah semakin tinggi pula tingkat kepuasan mereka terhadap layanan *mobile*

banking yang diberikan oleh Bank Mandiri Taspen KCP Cimahi.

Berdasarkan hasil dari t_{hitung} untuk layanan *mobile banking* adalah 2,720 dan nilai signifikansi sebesar 0,007, sedangkan derajat kebebasan dengan tingkat signifikansi 5% dan $df = (n-k) = 170 - 2 = 168$ maka ditetapkan t_{tabel} sebesar 1,974, perbandingan nilai signifikansi $0,007 < 0,05$, dan t_{hitung} dengan t_{tabel} adalah $2,720 > 1,974$ yang artinya H_0 ditolak dan H_a diterima artinya variabel layanan *mobile banking* (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah (Y) di Bank Mandiri Taspen KCP Cimahi.

Jika dikaitkan dengan teori yang dikemukakan oleh (Kotler & Amstrong, 2018), pelayanan yaitu setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan menyebabkan kepemilikan apapun. (Harahap, 2020) *mobile banking* merupakan bentuk layanan yang tidak berwujud namun dirasakan langsung manfaatnya oleh nasabah, khususnya dalam hal kemudahan, kecepatan, serta fleksibilitas transaksi.

Meskipun layanan bersifat tidak berwujud, kualitas layanan tetap menjadi kunci dalam menciptakan kepuasan nasabah. Hal ini juga didukung oleh pendapat (Riswandi, 2005), *m-banking* merupakan suatu layanan inovatif yang ditawarkan oleh bank yang memungkinkan pengguna kegiatan transaksi perbankan melalui *smartphone*.

(Zulkifly et al., 2022) menyatakan bahwa nasabah Bank Mandiri Taspen KCP Cimahi memperoleh manfaat dari layanan *mobile banking* berupa kemudahan penggunaan, keamanan sistem, kecepatan transaksi, dan kredibilitas bank. Faktor faktor tersebut yang terbukti berkontribusi terhadap meningkatnya kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah itu berupa perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) sesuai dengan yang diharapkan atau bahkan melebihi harapan nasabah (Harahap, 2020).

Temuan penelitian ini juga dapat dikaitkan dengan konsep kepuasan nasabah menurut (Kotler & Keller, 2017) bahwa kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah seseorang membandingkan kinerja yang diterima dengan harapannya. Dalam penelitian ini, mayoritas nasabah menilai layanan *mobile banking* telah mampu memenuhi harapan mereka, khususnya dalam aspek kemudahan, kecepatan, dan keamanan transaksi. Meskipun masih ditemukan sebagian kecil nasabah yang mengalami ketidakpuasan, secara umum hasil penelitian menunjukkan bahwa layanan *mobile banking* memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Terkait layanan jasa perbankan (Nurhaliza et al., 2025) menggunakan perspektif **SERVQUAL** yang memandang kualitas layanan melalui dimensi bukti

fisik, keandalan, jaminan, empati, dan daya tanggap. Secara konseptual, kualitas layanan yang baik akan meningkatkan kepuasan, sedangkan kepuasan selanjutnya dapat membentuk loyalitas nasabah. Teori **Expectation Confirmation Theory (ECT)** yang dikembangkan Oliver (1980) menjelaskan bahwa kepuasan dan loyalitas terbentuk melalui perbandingan antara harapan awal dengan kinerja aktual yang dirasakan. Apabila pengalaman penggunaan sesuai atau melebihi harapan, terjadi konfirmasi positif yang mendorong kepuasan dan selanjutnya memperkuat loyalitas (Chaerunisa et al., 2025).

Sejalan dengan konsep kepuasan nasabah, apabila kinerja layanan sesuai atau melebihi harapan, nasabah cenderung merasa puas dan memiliki keinginan untuk terus menggunakan layanan tersebut. Dalam penelitian ini, meskipun masih ditemukan sebagian kecil nasabah yang menyampaikan ketidakpuasan, mayoritas nasabah menilai layanan mobile banking Bank Mandiri Taspen KCP Cimahi telah mampu memenuhi harapan, khususnya dalam aspek kemudahan, kecepatan, dan keamanan transaksi. Temuan tersebut menunjukkan bahwa terdapat kesenjangan antara meningkatnya penggunaan layanan mobile banking dengan masih adanya pengalaman ketidakpuasan pada sebagian nasabah. Dengan demikian, peningkatan jumlah pengguna belum sepenuhnya dapat dijadikan indikator bahwa kualitas layanan telah memenuhi seluruh harapan nasabah.

Secara empiris, penelitian ini menemukan bahwa layanan mobile banking berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, dengan nilai r sebesar 0,205, koefisien regresi sebesar 0,195, dan nilai signifikansi $0,007 < 0,05$. Namun, nilai koefisien determinasi ($R^2 = 0,042$) menunjukkan bahwa layanan mobile banking hanya memberikan kontribusi sebesar 4,2% terhadap kepuasan nasabah, sedangkan 95,8% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Hasil tersebut menjadi temuan penting karena menunjukkan bahwa meskipun kualitas layanan mobile banking terbukti berpengaruh secara statistik, kekuatan kontribusinya terhadap kepuasan nasabah relatif rendah.

Kebaruan penelitian ini terletak pada temuan empiris bahwa peningkatan kualitas layanan mobile banking tetap berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, tetapi pengaruh tersebut relatif kecil dalam konteks Bank Mandiri Taspen KCP Cimahi. Temuan ini memperlihatkan bahwa kepuasan nasabah tidak semata-mata ditentukan oleh kualitas layanan digital, tetapi kemungkinan juga dipengaruhi oleh faktor lain yang belum tercakup dalam penelitian ini. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memperkuat pandangan bahwa kualitas mobile banking merupakan salah satu faktor pembentuk kepuasan nasabah, tetapi juga menunjukkan adanya gap antara signifikansi pengaruh secara statistik dan rendahnya kontribusi secara substantif. Temuan tersebut menjadi dasar bagi

penelitian selanjutnya untuk mengidentifikasi faktor-faktor lain yang lebih dominan dalam membentuk kepuasan nasabah.

Berdasarkan temuan tersebut, Bank Mandiri Taspen KCP Cimahi perlu mempertahankan dan meningkatkan kualitas layanan *mobile banking*, terutama pada aspek kemudahan, kecepatan, dan keamanan, sekaligus memperhatikan faktor pelayanan lainnya yang dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah. Dengan demikian, peningkatan penggunaan *mobile banking* tidak hanya berorientasi pada pertumbuhan jumlah pengguna, tetapi juga pada peningkatan kualitas pengalaman dan kepuasan nasabah secara berkelanjutan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian terhadap 170 nasabah pengguna *mobile banking* Bank Mandiri Taspen KCP Cimahi, dapat disimpulkan bahwa layanan *mobile banking* yang meliputi keamanan sistem, kemudahan penggunaan, kredibilitas perusahaan, dan kecepatan layanan berpengaruh **positif dan signifikan** terhadap kepuasan nasabah yang diukur melalui **kesesuaian harapan, minat menggunakan kembali, dan kesediaan merekomendasikan**.

Hasil uji t menunjukkan nilai t hitung sebesar $2,720 > 1,974$ dengan nilai signifikansi $0,007 < 0,05$, sehingga H_0 **ditolak** dan H_a **diterima**. Artinya, semakin baik kualitas layanan *mobile banking*, semakin tinggi pula kepuasan nasabah. Hasil uji korelasi menunjukkan nilai $r = 0,205$, yang berarti terdapat hubungan positif dengan tingkat hubungan yang rendah. Sementara itu, nilai $R^2 = 0,042$ menunjukkan bahwa layanan *mobile banking* memberikan kontribusi sebesar **4,2%** terhadap kepuasan nasabah, sedangkan **95,8%** dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

Temuan tersebut sekaligus menjawab fenomena penelitian bahwa peningkatan jumlah pengguna *mobile banking* belum sepenuhnya mencerminkan optimalnya kepuasan seluruh nasabah. Meskipun mayoritas nasabah menilai layanan *mobile banking* telah memberikan kemudahan, kecepatan, dan keamanan dalam bertransaksi, masih ditemukan sebagian kecil nasabah yang menyampaikan ketidakpuasan. Dengan demikian, pertumbuhan penggunaan *mobile banking* perlu diikuti dengan peningkatan kualitas pengalaman nasabah secara berkelanjutan.

Secara empiris, penelitian ini menunjukkan bahwa *mobile banking* merupakan salah satu faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, tetapi bukan merupakan faktor dominan, sebagaimana tercermin dari kontribusinya yang hanya sebesar 4,2%. Oleh karena itu, Bank Mandiri Taspen KCP Cimahi perlu terus meningkatkan kualitas layanan *mobile banking*, sekaligus

memperhatikan faktor pelayanan lainnya yang berpotensi lebih besar dalam membentuk kepuasan nasabah. Dengan pendekatan tersebut, peningkatan jumlah pengguna mobile banking diharapkan tidak hanya menunjukkan pertumbuhan penggunaan layanan digital, tetapi juga diikuti oleh peningkatan kepuasan, kepercayaan, dan keberlanjutan penggunaan layanan oleh nasabah.

REFERENSI

- Adelia, M. (2020). *Pengaruh Layanan M-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank BNI Syariah KCP Rajabasa)*. Institut Agama Islam Negeri Metro.
- Astika Kurniawati, H., Winarno, W. A., & Alfi, A. (2017). *Analisi Minat Penggunaan Mobile Banking Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Yang Telah Dimodifikasi*. Univesitas Jember(UNEJ).
- Chaerunisa, D. R., Pranata, S., & Purnamasari, D. L. (2025). Pengaruh Layanan Mobile Banking Terhadap Loyalitas Nasabah. *DFAME Digital Financial Accounting Management Economics Journal*, 3(3), 91–97. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:279889317>
- Diva, I. (2022). *Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Aceh Syariah Di Kecamatan Kuta Alam*. Universitas Islam Negeri Ar-raniry.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26 (9th ed.)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harahap, Z. (2020). Pengaruh Pelayanan M-Banking Terhadap Kepuasan Pada Bank Syariah Mandiri Kota Prabumulih. *Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Perbankan Syariah*, 6(1), 15.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasara*. Jakarta: Indeks.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). *Prinsip-prinsip Pemasaran (Edisi 13)*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2017). *Kepuasan Nasabah*.
- Kurniatin, E. (2021). *Pengaruh Fasilitas Layanan Mobile Banking, ATM Dan Kinrja Karyawan Terhadap Tingkat Kepuasan nasabah Pada Bank BTN Syariah Mataram*. Universitas Islam Negeri Mataram.
- Matondang, N. A., Sakdiah, K., & Alam, A. P. (2025). Pengaruh Efisiensi dan Keandalan Layanan Mobile Banking terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Sumut Syariah KCP Stabat. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(3). <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:283166339>
- Nabilah, F. R. (2025). Pengaruh Layanan Mobile Banking dan Edukasi Perbankan Terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan Produk Bank Syariah. *Al-Ihsan: Jurnal Bisnis Dan Ekonomi Syariah*, 2(2), 75–86.

<https://ihsan.yrpk.org/index.php/jbes>

- Nurhaliza, A., Srisusilawati, P., & Yusup, A. (2025). Kualitas Layanan Mobile banking terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank BTN Syariah. *Jurnal Riset Perbankan Syariah*. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:284856761>
- Putu Mega Ayu Kusuma Sari, L. (2023). *Analisis Kualitas Layanan Mobile Banking Pada PT. Bank Mandiri Taspen Kantor Cabang Sigaraja*. Politeknik Negeri Bali Badung.
- Riswandi, B. A. (2005). *Aspek Hukum Internet Banking*. RajaGrafindo Persada.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- SPSS. (2023). *Statistical Package Social Sciences (SPSS) Versi 25.0*.
- Sugiyono. (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta, cv.
- Supriyono, M. (2011). *Buku Pintar Perbankan*. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, F. (2012). *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Andi.
- Zulkifly, Z. A., Brasit, N., Alhaqqi, M. S., & Adelia, S. (2022). Analisis Peningkatan Kualitas Layanan Mobile Banking dengan Pendekatan Metode E-Servqual. *JBMI (Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Informatika)*, 19(1), 61–79. <https://doi.org/10.26487/jbmi.v19i1.21337>