

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Bank Syariah Mandiri

1. Visi dan Misi Bank Syariah Mandiri

Visi

BANK SYARIAH TERDEPAN DAN MODERN

Bank Syariah Terdepan

Menjadikan Bank Syariah yang selalu unggul di industri perbankan syariah di Indonesia pada segemen *consumen, micro, commercial* SME, dan *corporate*.

Bank Syariah Modern

Menjadikan Bank Syariah atau *islamic banking* dengan sistem layanan dan teknologi mutakhir melampaui harapan.

Misi

1. Mewujudkan pertumbuhan perbankan dan keuntungan di atas rata-rata industri yang berkesinambungan.
2. Meningkatkan kualitas produk serta layanan berbasis teknologi yang melampaui harapan nasabah.
3. Mengutamakan penghimpunan dana murah serta untuk penyaluran pembiayaan pada segmen *ritel*.
4. Mengembangkan bisnis atas dasar nilai syariah *universal*.

5. Mengembangkan manajemen talenta serta lingkungan kerja yang sehat.
 6. Meningkatkan kepedulian masyarakat dan lingkungan.
2. Sejarah Umum Bank Syariah Mandiri (BSM)

Syariah Mandiri hadir sejak tahun 1999 setelah terjadi krisis moneter pada tahun 1998. Ketika itu banyak yang melakukan penutupan atau penggabungan (*merger*) pada empat bank pada tanggal 31 Juli 1999. Keempat tersebut adalah Bank Exim, Bank Dagang Negara, Bank Bapindo dan Bank Budi Daya yang diberi nama PT Bank Mandiri (Persero) memiliki PT Bank Susila Banti (BSB). BSB yang akan menjadi terbentuknya Bank Syariah Mandiri.

Diadakannya UU No. 10 tahun 1998 akan memberikan peluang pada Bank Umum dalam transaksi syariahnya, PT Bank Mandiri (Persero) membikin Tim pengembangan perbankan syariah, untuk mengembangkan Layanan Perbankan Syariah dikelompok Perusahaan Bank Mandiri tanggal 8 September 1999 menggunakan akta notaris No. 23, usaha kegiatan BSB bank konvensional sehingga menjadi Bank Syariah yang diberi nama PT Bank Syariah Mandiri. Diresmikan oleh Gubernur Bank Indonesia dengan SK Gubernur BI No. 1/24/KEP.BI/1999 tanggal 25 Oktober 1999. Perubahan menjadi PT Bank Syariah Mandiri, secara resmi akan beroperasi tanggal 1 November 1999 atau 25 Rajab 1420 H.

Sejak terbentuknya, Bank Syariah Mandiri hingga saat ini kurang lebih sudah memiliki 328 Kantor yang tersebar dan berada pada 24 Provinsi di Indonesia. Kurang lebih 118 jaringan ATM Syariah Mandiri dan ditunjang 3.746 unit ATM mandiri, 10.647 ATM Prima dan 14.758 unit ATM bersama, yang tersebar dan berada di seluruh Indonesia serta 6.505 jaringan MEPS di Malaysia, Bank Syariah Mandiri memberikan kemudahan bagi nasabah dalam bertransaksi.

Gambar : 4.1 Logo Bank Syariah Mandiri pada tahun 2009



Sumber : www.syariahbank.com

Terdapat perubahan sedikit pada logo Bank Syariah Mandiri pada tahun 2009, melihat hal ini akan memberi semangat kerja dan kesiapan untuk meraih masa depan BSM yang lebih baik. Perubahan warna logo tersebut akan lebih memiliki makna yang mendalam. Penggunaan warna logo menggunakan warna positif – negatif. Positif pada warna belakang yang artinya cerah, negatif pada warna

latar belakang yang artinnya redup. Adapun arti dan makna logo Bank Syariah Mandiri adalah sebagai berikut :

- a. Huruf kecil pada logo memiliki pengertian bahwa Bank Syariah Mandiri merupakan bank yang ramah, rendah hati, dan memiliki aspirasi untuk semakin dekat dengan nasabah dan tetatp dengan sikap membumi.
- b. Lambang logo divisualkan membentuk gelombang berwarna emas merupakan lambang kemakmuran dengan harapan nasabah selalu bermitra dengan Bank Syariah Mandiri.
- c. Letak lambang logo diatas huruf logo melambangkan sikap progresif menuju kemakmuran. (www.syariahbank.com)

3. Produk – Produk Bank Syariah Mandiri

Ada beberapa produk – produk yang ditawarkan oleh bank syariah mandiri kepada nasabahnya, yaitu produk dana tabungan, jasa dan pembiayaan. Dibawah ini merupakan penjelasan masing – masing produk BSM :

- a. Produk Tabungan
 - 1) Tabungan Bank Syariah Mandiri
 - 2) Tabungan Simpatik
 - 3) Tabunganku
 - 4) Tabungan Berencana
 - 5) Tabungan Investasi Cendekia

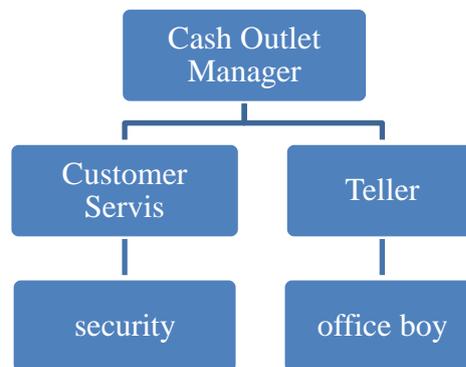
- 6) Tabungan Pensiun
 - 7) Tabungan Dollar
 - 8) Tabungan Mabrur
 - 9) Tabungan Pensiun
- b. Produk Jasa
- 1) BSM Card / ATM
 - 2) BSM Call
 - 3) BSM Mobile Banking
 - 4) BSM Internet Banking
 - 5) BSM SMS Banking
- c. Produk Pembiayaan
- 1) Pembiayaan Gria
 - 2) Gadai emas
 - 3) Mudharabah
 - 4) Musyarakah
 - 5) Mudharabah
 - 6) Pembiayaan usaha mikro

Pada bank Syariah Mandiri KK Bantul tidak terdapat produk pembiayaan, karena Kantor Bank Mandiri KK Bantul tidak melayani untuk pembiayaan, akan tetapi jika ada nasabah ingin melakukan pembiayaan bisa dialihkan ke Kantor Cabang Bantul

4. Struktur Pegawai Bank Syariah Mandiri KK Bantul

Tabel 4.1

Struktur Pegawai Bank Syariah Mandiri



Sumber : Bank Syariah Mandiri KK Bantul

Cash Outlet Manager	: Doddy Hendroyono
Customer Servise	: Galih Tanjung Sari
Teller	: Farohmah Nur Aini
Security	: Djangkung Prasodjo
Office Boy	: Muhammad Nur

Adapun uraian tugas – tugas dari pegawai Bank Syariah Mandiri KK Bantul :

a. Cash Outlet Manager

mengawasin dan mengontrol kinerja karyawan dan staff yang lainnya dalam bekerja terutama dalam CS dan Teller, menghitung jumlah uang dalam kas khasanah, mengisi uang dalam mesin ATM, mencari nasabah pendanaan, dan menghimpun dana tabungan ke instansi-instansi lainnya.

b. Customer Service

Melayani anggota (nasabah) yang mengajukan pembukaan maupun penutupan rekening, menjadi sarana informasi bagi anggota dan calon anggota (nasabah) dan melayani standing complain nasabah.

c. Teller

Melayanin transaksi nasabah yang ingin setor, tarik dan melakukan pembayaran SPP dan listrik, dan melayani transaksksi transfer, menghitung jumlah transaksi dalam satu hari kerja (perhari), menyortir uang kurang bagus.

d. Security

Bertugas dan bertanggung jawab atas keamanan – keamanan bank dan nasabah.

e. Office boy

Bertugas menjaga kebersihan seluruh bagian kantor bank untuk kenyamanan nasabah.

B. Karakteristik Responden

a. Jenis Kelamin

Pada penyebaran kuisisioner yang berjumlah 50 responden, pada karakteristik jenis kelamin responden diperoleh hasil berikut :

Tabel 4. 2

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
Perempuan	26	52%
Laki – laki	24	48%
Total	50	100%

Berdasarkan tabel 4. Diatas dapat disimpulkan dari 50 responden yang mengisi kusioner, responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 26 nasabah atau 52%, sedangkan yang berjenis kelamin laki – laki berjumlah 24 nasabah atau 48%.

b. Lama Menjadi Nasabah BSM

Pada penyebaran kuisisioner yang berjumlah 50 responden, pada lamanya responden menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri diperoleh hasil berikut :

Tabel 4. 3

Lama menjadi nasabah BSM	Frekuensi	Presentase
< 1 th	32	64%
1 th – 2 th	16	32%
3th – 4 th	2	4%
4 th – 5 th	0	0
> 5 th	0	0
Total	50	100%

Sumber : Data primer yang diolah 2017

Berdasarkan tabel 4. Diatas dapat disimpulkan dari 50 responden yang mengisi kusioner, responden yang lama menjadi nasabah BSM < 1 th berjumlah 32 nasabah atau 64%, 1 th – 2 th berjumlah 16 nasabah atau 32%, 3th – 4 th berjumlah 2 nasabah atau 4% sedangkan 4 th – 5 th dan > 5 th tidak ada atau 0 (nol persen).

C. Uji Kualita Data

1. Uji Validitas

Uji validitas yaitu untuk mengukur valid atau tidak validnya suatu kuisisioner. Kuisisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisisioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut. (Imam Ghazali: 2011: 52).

Hasil analisis dibandingkan dengan r tabel atau nilai signifikan pada taraf signifikansi sebesar 5% ($\alpha = 0,05$) dengan ketentuan :

- a. Jika nilai (p) < 0,05 atau r hitung > r tabel maka item dinyatakan valid.
- b. Jika nilai (p) > r tabel maka item dinyatakan tidak valid.

(Skripsi Nurul Hidayah: 2011: 32)

Tabel 4. 4

Hasil uji validitas variabel X1 *mobile banking*

No	R _{hitung}	R _{tabel}	Keterangan
1.	0,842	0,279	Valid

2.	0,879	0,279	Valid
3.	0,904	0,279	Valid
4.	0,879	0,279	Valid
5.	0,786	0,279	Valid
6.	0,571	0,279	Valid
7.	0,901	0,279	Valid
8.	0,887	0,279	Valid
9.	0,899	0,279	Valid
10.	0,741	0,279	Valid

Sumber : Data primer yang diolah 2017

Tabel 4. 5

Hasil uji validitas variabel X2 *internet banking*

No	R _{hitung}	R _{tabel}	Keterangan
1.	0,750	0,279	Valid
2.	0,796	0,279	Valid
3.	0,861	0,279	Valid
4.	0,862	0,279	Valid
5.	0,766	0,279	Valid
6.	0,730	0,279	Valid
7.	0,820	0,279	Valid
8.	0,800	0,279	Valid

9.	0,821	0,279	Valid
10.	0,743	0,279	Valid

Sumber : Data primer yang diolah 2017

Tabel 4. 6

Hasil uji validitas variabel Y Kepuasan Nasabah

No	R _{hitung}	R _{tabel}	Keterangan
1.	0,885	0,279	Valid
2.	0,896	0,279	Valid
3.	0,759	0,279	Valid
4.	0,809	0,279	Valid
5.	0,886	0,279	Valid
6.	0,761	0,279	Valid
7.	0,808	0,279	Valid
8.	0,899	0,279	Valid

Sumber : Data primer yang diolah 2017

Dari tabel hasil uji validitas diatas dapat disimpulkan bahwasemua variabel *mobile banking* (X1), *internet banking* (X2) dan kepuasan (Y) dikatakan valid semua karea $0,279 < 0,05$.

2. Uji Reliabilitas

Pengukuran uji reliabilitas menggunakan *one shot* atau pengukuran sekali saja, hasil dari pengukuran uji tersebut dibandingkan dengan pertanyaan lain dengan mengukur korelasi jawaban pertanyaan.

Dengan SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur uji reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach alpha* (α). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach alpha* > 0.70 . (Imam Ghozali: 2011: 47)

Tabel 4. 7

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
<i>Mobile Banking</i> (X1)	0,949	Reliabel
<i>Internet Banking</i> (X2)	0,933	Reliabel
Kepuasan (Y)	0,937	Reliabel

Sumber : Data primer yang diolah 2017

Berdasarkan tabel di atas terhadap hasil uji reliabilitas dapat disimpulkan bahwa semua variabel *mobile banking* (X1), *internet banking* (X2) dan kepuasan (Y) dikatakan reliabel, karena *Cronbach alpha* > 0.70 . Jadi pada instrumen variabel ini dapat dipercaya dan layak untuk digunakan sebagai alat penelitian pengumpulan data.

D. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas adalah bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independent). Adapun untuk mendeteksi suatu data terdapat tidaknya multikolinieritas didasarkan pada nilai VIF (*Variance Inflation Factor*)

dan nilai *tolerance*. Dengan kriteria pengambilan keputusan mempunyai nilai *tolerance* $\geq 0,10$ dengan $VIF \leq 10$.

Tabel 4. 8
Hasil Uji multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	4.121	3.325		1.240	.221		
X1	.194	.153	.232	1.267	.211	.352	2.844
X2	.399	.157	.465	2.539	.015	.352	2.844

a. Dependent

Variable: Y

Sumber : Data primer yang diolah 2017

Berdasarkan tabel 4. Nilai *tolerance* menunjukkan tidak ada variabel bebas yang memiliki nilai *tolerance* $\geq 0,10$ dan nilai VIF juga menunjukkan hal yang sama yakni tidak ada variabel bebas yang memiliki nilai VIF ≤ 10 . Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi.

2. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas adalah untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari *residual* satu pengamatan

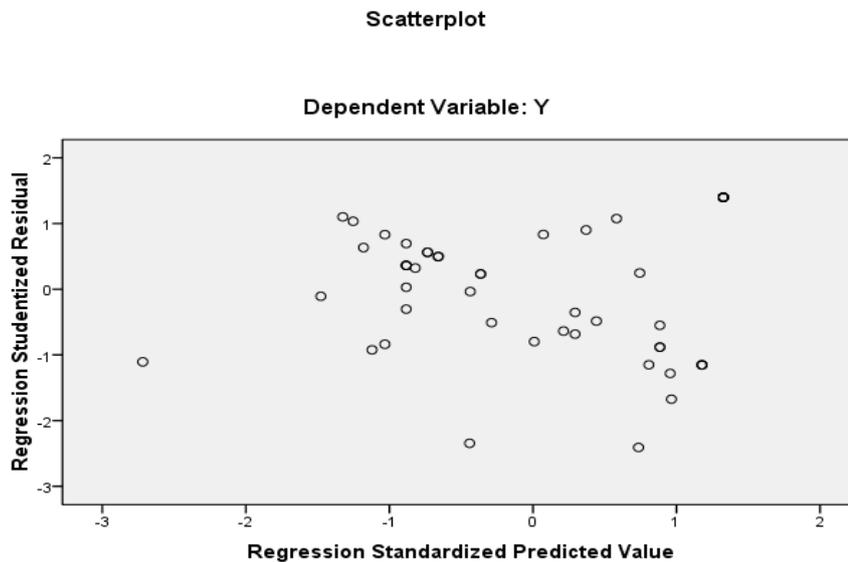
ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas tidak terjadi heterokedastisitas.

Adapun aturan yang digunakan untuk mengambil keputusan adalah :

- a. Jika penyebaran grafik plot teratur dan membentuk pola tertentu (naik turun menjadi satu) maka terkena heterokedastisitas.
- b. Jika penyebaran data pada grafik plot tidak teratur dan tidak berpola, menyebar diatas dan dibawah angka 0 (nol) pada sumbu Y maka tidak terkena heteroskedastisitas.

Tabel 4. 9

Hasil Uji Heterokedastisitas



Sumber : Data primer diolah 2017

Pada gambar tabel diatas maka dapat disimpulkan terlihat titik – titik yang tersebar secara acak serta tersebar diatas ataupun

dibawah angka 0 (nol) pada sumbu Y, maka pada gambar uji heterokedastisitas diatas normal atau tidak terkena heterokedastisitas.

3. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah, bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Dengan dasar pengambilan nilai uji normalitas adalah $> 0,05$. (Ghazali: 2011: 160)

Tabel 4. 10

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		50
Normal	Mean	.0000000
Parameters ^a	Std. Deviation	2.99995175
Most	Absolute	.112
Extreme	Positive	.083
Differences	Negative	-.112
Kolmogorov-Smirnov Z		.793
Asymp. Sig. (2-tailed)		.555
a. Test distribution is Normal.		

Sumber : Data primer diolah pada tahun 2017

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa besarnya nilai *Kolmogorov-SmirnoZ* sebesar 0,793 dan nilai *Asymp.Sig* sebesar 0,555 sehingga dapat disimpulkan bahwa data tersebut normal karena $> 0,05$.

4. Uji Linearitas

Uji linearitas adalah, digunakan untuk melihat spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak. Apakah fungsi pada suatu empiris sebaiknya berbentuk linear, kuadrat dan kubik. (Imam Ghozali: 2011: 166). Dengan metode pengambilan keputusan signifikansi pada linearitas $< 0,05$ maka hubungan antar variabel dinyatakan linear

Tabel 4. 11

Hasil Uji Linearitas

ANOVA Table

	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	578,953	12	48,246	8,298	,000
Linearity	292,628	1	292,628	50,329	,000
Deviation from Linearity	286,325	11	26,030	4,477	,000
Within Groups	215,127	37	5,814		
Total	794,080	49			

ANOVA Table

	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Y * Between (Combined)	586,163	15	39,078	6,390	,000
X2 Groups Linearity	338,027	1	338,027	55,277	,000
Deviation from Linearity	248,136	14	17,724	2,898	,006
Within Groups	207,917	34	6,115		
Total	794,080	49			

Sumber : Data primer yang diolah 2017

Berdasarkan tabel 4. Maka dapat disimpulkan bahwa pada uji linearitas signifikan dinyatakan linear, karena pada *linearity* keputusan (Y) terhadap variabel *mobile banking* (X2) dan *internet banking* (X2) $0,000 < 0,05$.

E. Uji Regresi Berganda

Untuk mendapatkan jawaban dari rumusan masalah dalam penelitian ini, maka peneliti menggunakan teknik analisa data regresi berganda, digunakan peneliti untuk melihat bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependent, jika dua atau lebih variabel independent

sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Analisis regresi berganda dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal dua. (Sugiyono: 2016: 275).

Tabel 4. 12
Hasil Uji Regresi Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,121	3,325		1,240	,221
	X1	,194	,153	,232	1,267	,211
	X2	,399	,157	,465	2,539	,015

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data primer yang diolah 2017

Berdasarkan tabel diatas perhitungan regresi linear berganda, dengan model analisis yang akan dilakukan untuk dua prediktor adalah :

$$Y = 4,121 + 0,194X_1 + 0,399X_2$$

Model persamaan regresi diatas dapat dijelaskan dalam persamaan regresi sebagai berikut :

- a. Jika nilai konstanta sebesar 4,121 artinya variabel *mobile banking* (X1) dan variabel *internet banking* (X2) nilainya 0, maka variabel kepuasan (Y) nilainya adalah tetap 4,121.
- b. Jika nilai Koefisien bernilai positif, artinya terjadi hubungan searah antara variabel *mobile banking* dengan kepuasan nasabah,

dan kenaikan variabel *mobile banking* akan mengakibatkan kenaikan pada kepuasan nasabah. Koefisien variabel *mobile banking* (X_1) sebesar 0,194, variabel *mobile banking* mengalami kenaikan satu satuan, maka variabel kepuasan (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,194.

- c. Jika Koefisien bernilai positif, artinya terjalin suatu hubungan searah antara variabel *internet banking* dengan variabel kepuasan nasabah dan kenaikan variabel *internet banking* akan mengalami kenaikan pada variabel kepuasan nasabah. Koefisien variabel *internet banking* (X_2) sebesar 0,399, variabel *internet banking* mengalami kenaikan satu satuan, maka variabel kepuasan (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,399.

1. Uji T (Uji Parsial)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas / independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependent. (Imam Ghazali: 2011: 98 - 99)

Suatu variabel dikatakan signifikan jika $< 0,05$, berdasarkan pengujian nilai uji T pada spss didapatkan nilai sebagai berikut :

Tabel 4. 13
Hasil Uji T (Uji Parsial)

Coefficients^a

Model		Unstandardized		Standardized	T	Sig.
		Coefficients		Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,121	3,325		1,240	,221
	X1	,194	,153	,232	1,267	,211
	X2	,399	,157	,465	2,539	,015

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data primer yang diolah 2017

a. Hasil Pengujian Hipotesis 1

berdasarkan H1 yang menyatakan bahwa “aplikasi *mobile banking* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y)”. pada tabel diatas menunjukkan bahwa secara parsial nilai signifikan variabel *mobile banking* (X_1) $0,211 > 0,05$ yang berarti bahwa hasil pengujian variabel *mobile banking* (X_1) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan (Y).

b. Hasil Pengujian Hipotesis 2

Berdasarkan H2 yang menyatakan “aplikasi *internet banking* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y)”. pada tabel diatas menunjukkan bahwa secara parsial nilai signifikan variabel *internet banking* (X_2) $0,015 < 0,05$ yang

berarti bahwa hasil pengujian variabel *internet banking* (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan (Y).

2. Uji F (Uji Simultan)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independent atau bebas yang dimasukkan kedalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependent atau terikat. (Imam Ghozali: 2011: 98).

Tabel 4. 14

Hasil Uji F (Uji Simultan)

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	353,094	2	176,547	18,816	,000 ^a
	Residual	440,986	47	9,383		
	Total	794,080	49			

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber : Data primer yang diolah 2017

Dari hasil tabel diatas uji F dilakukan dengan cara membandingkan nilai signifikan dengan hasil uji f dengan derajat kepercayaan 5% (0,05). Maka dapat disimpulkan antara pengaruh

variabel independent (*mobile banking* (X_1) dan *internet banking* (X_2)) dan dependent (kepuasan) berpengaruh signifikan secara simultan signifikan $0,000 < 0,05$ dan hasil uji F sebesar 18,816.

3. Uji Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi dependent. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 sampai dengan 1.

Tabel 4. 15

Hasil Uji Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,667 ^a	,445	,421	3,063

a. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber : Data primer yang diolah 2017

Berdasarkan pada tabel diatas dapat dilihat pada nilai R Square sebesar 0,445. Hal ini mengandung arti bahwa pengaruh variabel X_1 dan X_2 secara simultan terhadap variabel Y adalah sebesar 45,4%.

F. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini adalah bertujuan untuk mengetahui penggunaan *mobile banking* dan *internet banking* terhadap kepuasan nasabah bank syariah mandiri kantor kas bantul. Adapun pembahasan hasil pengolahan data masing – masing variabel sebagai berikut :

1. Pengaruh penggunaan aplikasi *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah.

Mobile banking adalah sebuah sistem dari lembaga keuangan yang dapat diakses langsung oleh nasabah melalui perangkat telepon selular. Dalam sistem aplikasi *mobile banking* dapat mudah untuk mengecek saldo, transfer, pembelian pulsa dan yang lain sebagainya.

Berdasarkan dari hasil pengolahan penelitian diatas telah diterangkan, bahwa uji t (uji parsial) nilai signifikan variabel *mobile banking* (X_1) $0,211 > 0,05$ yang berarti bahwa hasil pengujian variabel *mobile banking* (X_1) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan (Y), tidak sesuai dengan berdasarkan hipotesis pertama atau H1 yang menyatakan bahwa “aplikasi *mobile banking* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah”.

Demikian alasan variabel *mobile banking* mendapatkan hasil rendah atau tidak signifikan :

- a. Para nasabah lebih memilih melakukan transaksi secara langsung di BSM dibandingkan melalui aplikasi *mobile banking*. Karena transaksi nasabah tidak berjumlah besar dan dominan setoran untuk tabungan.
- b. Nasabah pengguna aplikasi *mobile banking* pada awalnya hanya ingin menggunakan aplikasi *internet banking* untuk

keperluan dalam organisasi, yayasan (lembaga) dan usaha mikro (online shop, BMT, gas elpiji). Akan tetapi pihak bank menyarankan nasabah untuk sekaligus menggunakan aplikasi *mobile banking*. Sehingga, penggunaan aplikasi *mobile banking* tidak berdasarkan kebutuhan individu.

- c. Penyebab lain rendahnya kepuasan nasabah dalam menggunakan layanan aplikasi *mobile banking* yaitu aktivasi dalam aplikasi *mobile banking* yang masih tergolong sulit.
- d. Dalam kondisi tertentu seperti ketika telepon seluler nasabah hilang atau nasabah yang mengganti nomer telepon maka kode aktivasi juga akan hilang dan untuk mengatasi masalah tersebut nasabah harus kembali meminta ke bank awal tempat pembuatan aplikasi *mobile banking*.
- e. Pengecekan saldo dalam *mobile banking* BSM yang terbilang mahal, jaringan yang kurang lancar dan terkadang time out serta kurang lancarnya jaringan ketika melakukan transaksi juga menjadi faktor rendahnya tingkat kepuasan nasabah.

Dengan berbagai kelemahan alasan diatas diharapkan pihak Bank lebih meningkatkan kembali layanan *mobile banking*, serta mempromosikan aplikasi *mobile banking* dengan sosialisasi yang jelas sehingga nasabah tidak sekedar didaftarkan untuk menggunakan layanan *mobile banking* namun paham dengan cara, kegunaan dan manfaat dari layanan tersebut.

Dari penelitian variabel *mobiel banking* tidak sesuai dengan hasil hipotesis 1 (H_1) yang menyatakan “pengaruh penggunaan *mobile banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah” dari jurnal penelitian Aditya Wardana (2015) Fakultas Komunikasi dan Bisnis Telkom dengan judul “pengaruh kualitas layanan *mobile banking (m-banking)* terhadap kepuasan nasabah”.

2. Pengaruh penggunaan aplikasi *internet banking* terhadap kepuasan nasabah

Maryanto Supriyono (2010: 65) mengemukakan, kemajuan teknologi modern pada zaman sekarang seperti komputer perangkat keras, perangkat lunak, sistem jaringan, sistem *host to host*, dan komunikasi data memberikan dampak yang baik kepada jasa perbankan secara elektronik. Perkembangan aplikasi *internet banking* mengalami kenaikan yang besar, transaksi akan lebih mudah, cepat dan *real time* 24 jam kapanpun dan dimana saja.

Berdasarkan dari hasil pengolahan penelitian diatas telah diterangkan, bahwa uji t (uji parsial) nilai signifikan variabel *internet banking* (X_2) $0,015 < 0,05$ yang berarti bahwa hasil pengujian variabel *internet banking* (X_2) berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan (Y). Sesuai dengan berdasarkan hipotesis kedua atau H_2 yang menyatakan “aplikasi internet

banking berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah”.

Demikian alasan variabel *internet banking* berpengaruh positif dan signifikan :

- a. Transaksi akan jauh lebih mudah dan cepat sehingga nasabah tidak harus selalu datang ke bank. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya jumlah nasabah yang telah menggunakan aplikasi *internet banking*. Pengguna dan pemilik aplikasi *internet banking* yang lebih dominan adalah orang yang diberikan kuasa untuk memegang rekening dan mengelola keuangan dalam suatu kantor, yayasan atau organisasi serta usaha *online shop*. Penggunaan aplikasi *internet banking* bisa menggunakan satu user satu CIF dan untuk pentransferan gaji karyawan. Transaksi ini juga dapat dilakukan selama 24 jam, seperti untuk pengecekan saldo (dalam usaha *online shop*) dan lain-lain.
- b. Adanya kode TAN yang berjumlah 100 number kode dapat menjamin keamanan nasabah dalam melakukan transaksi. Dengan adanya kode TAN yang berjumlah 100 number kode ini menjamin keamanan seorang nasabah pemegang rekening bahwa hanya nasabah yang bersangkutan yang mengetahui kode TANnya dan hanya sekali penggunaan sehingga sangat menjamin keamanan nasabah dalam bertransaksi.

- c. Cepat dalam pengaksesan, ketika nasabah bertransaksi dengan aplikasi *mobile banking* mengalami time out dan kesulitan bertransaksi nasabah beralih menggunakan aplikasi *internet banking* dan memudahkan nasabah transfer lebih mudah ke bank lain (secara real time 83 bank di Indonesia)
- d. Fitur cek mutasi pada aplikasi *internet banking* dapat mengecek mutasi nasabah dari awal pembukaan rekening.

Dari variabel *internet banking* sesuai dengan hasil hipotesis 2 (H_2) yang menyatakan bahwa “pengaruh penggunaan aplikasi *internet banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah” dari skripsi Fifip Chopipah (2013) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta dengan judul “pengaruh kualitas layanan *internet banking* klikbca terhadap kepuasan nasabah”

3. Pengaruh penggunaan aplikasi *mobile banking* dan *internet banking* terhadap kepuasan nasabah secara simultan

Berdasarkan hasil pengolahan hasil penelitian uji f (uji simultan), uji f dengan derajat kepercayaan 5% (0,05). Maka dapat disimpulkan antara pengaruh variabel independent (*mobile banking* (X_1) dan *internet banking* (X_2)) dan dependent (kepuasan) berpengaruh positif dan signifikan secara simultan signifikan $0,000 < 0,05$ dan hasil uji F sebesar 18,816.

Dari hasil pengujian hasil uji f (uji simultan) sesuai dengan hasil hipotesis 3 (H_3) yang menyatakan bahwa “pengaruh penggunaan aplikasi *mobile banking* dan *internet banking* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah” dari jurnal Rahma Novita Sari Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Bandung dengan judul “pengaruh kualitas layanan BRI *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (PERSERO) Tbk Kantor Cabang Palangkaraya Kalimantan Tengah”.