

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. GAMBARAN UMUM BANK BNI SYARIAH

1. Sejarah BNI Syariah

Tempaan krisis moneter dari tahun 1997 membuktikan kekuatan dari sistem di instansi perbankan syariah. Prinsip Syariah dengan 3 pilarnya yaitu adil, transparan dan maslahat yang mampu menjawab semua kebutuhan nasabah terhadap sistem di perbankan yang lebih adil, yang berdasarkan pada Undang-undang No.10 Tahun 1998, pada tanggal tanggal 29 April 2000 didirikanlah Unit Usaha Syariah (UUS) BNI dengan mulai membuka 5 kantor cabang di Yogyakarta, Malang, Pekalongan, Jepara dan Banjarmasin. Selebihnya UUS BNI mulai berkembang menjadi 28 Kantor Cabang dan 31 Kantor Cabang Pembantu.¹

Dengan berlakunya peraturan tentang unit-unit usaha membuat para nasabah juga dapat menikmati layanan syariah di Kantor Cabang BNI Konvensional (*office channelling*) dengan 1500 outlet yang telah tersebar di seluruh wilayah Negara Indonesia. Dalam praktik pelaksanaan operasional perbankan sendiri, BNI Syariah masih tetap menjunjung tinggi nilai kepatuhan terhadap aspek syariah. Dengan adanya Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang saat ini diketuai oleh KH.Ma'ruf Amin, semua produk BNI Syariah telah melakukan pengujian yang dilakukan dari Dewan Pengawas Syariah (DPS) sehingga telah memenuhi semua kriteria aturan syariah.

¹ <https://www.bnisyariah.co.id/id-id/perusahaan/tentangbnisyariah/sejarah> diakses pada tanggal 20 april jam 23.00 wib.

Dengan adanya Keputusan Gubernur Bank Indonesia No. 12/41/KEP.GBI/2010 tanggal 21 Mei 2010 mengenai pemberian izin usaha kepada PT Bank BNI Syariah. Dan di dalam Corporate Plan UUS BNI tahun 2003 telah ditetapkan bahwasannya status UUS sudah bersifat temporer dan nantinya akan dilakukan *spin off* pada tahun 2009. Rencana ini telah berlaku pada tanggal 19 Juni tahun 2010 dengan mulai beroperasinya Bank BNI Syariah sebagai Bank Umum Syariah (BUS). Pelaksanaan waktu *spin off* bulan Juni 2010 dengan tidak terlepas dari faktor luar berupa aspek regulasi yang sangat kondusif yaitu dengan mulai diterbitkannya UU No.19 tahun 2008 tentang Surat Berharga Syariah Negara (SBSN) dan UU No.21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.²

2. Visi dan Misi Bank BNI Syariah

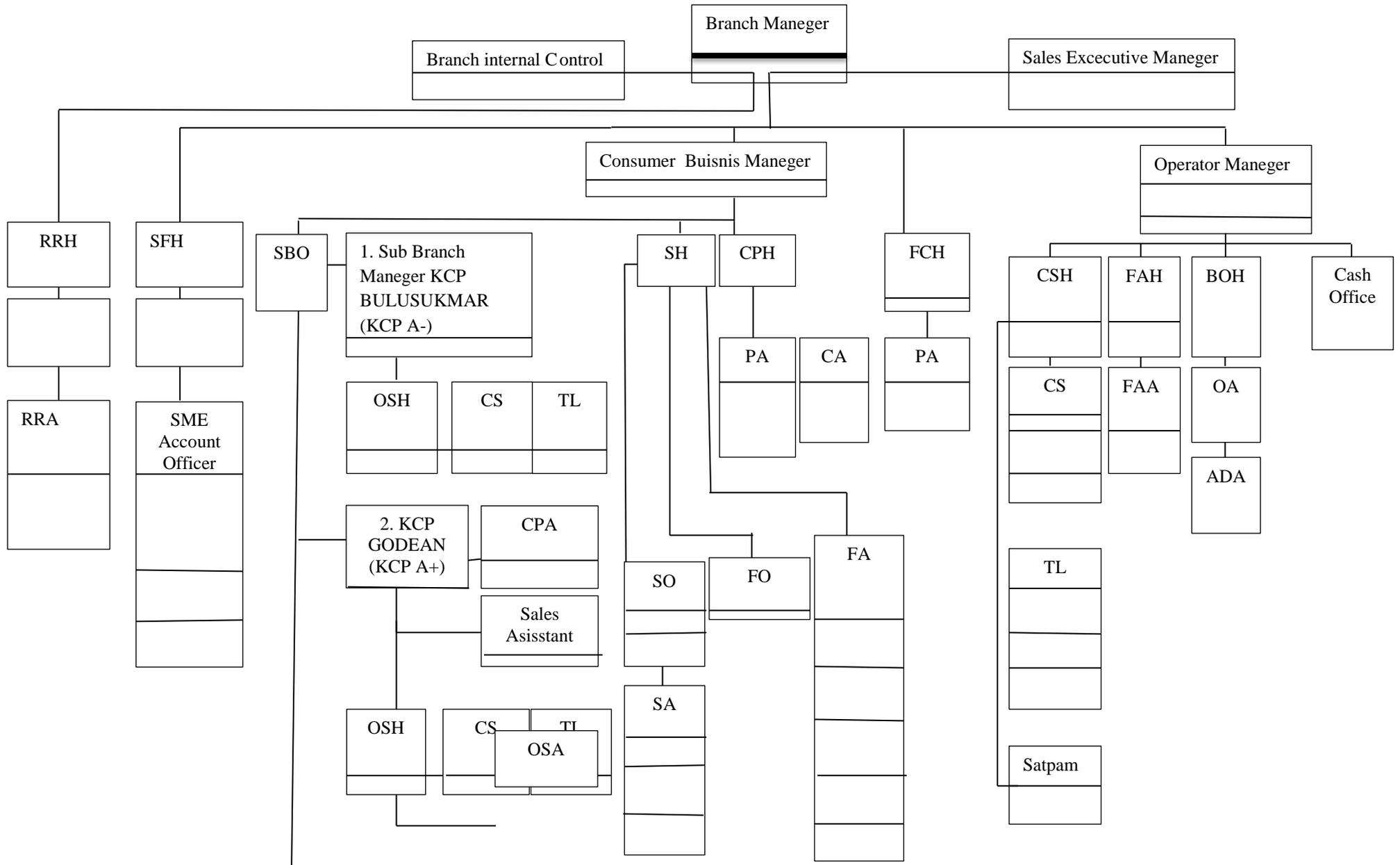
- a. Visi Bank BNI Syariah yaitu Menjadi bank syariah pilihan masyarakat yang unggul dalam aspek layanan dan juga kinerja.
- b. Misi Bank BNI Syariah
 - 1) Memberikan realisasi nyata yang positif kepada seluruh masyarakat dan juga peduli dengan kelestarian lingkungan.
 - 2) Memberikan solusi bagi masyarakat untuk kebutuhan jasa perbankan syariah.
 - 3) Memberikan nilai investasi yang optimal bagi investor.
 - 4) Menciptakan wahana terbaik sebagai tempat kebanggaan untuk berkarya dan berprestasi bagi pegawai sebagai perwujudan ibadah.
 - 5) Menjadi acuan tata kelola perusahaan yang amanah.

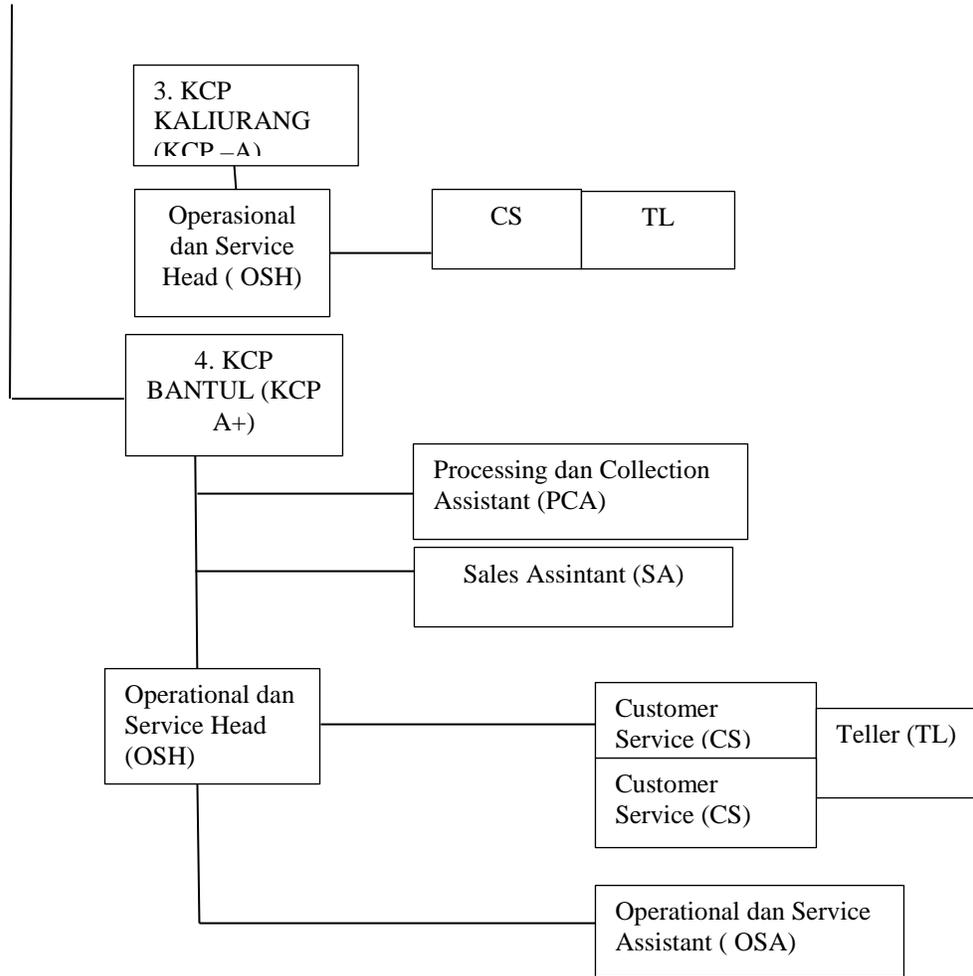
² <https://www.bnisyariah.co.id/id-id/perusahaan/tentangbnisyariah/sejarah> diakses pada tanggal 20 april jam 23.00 wib.

3. Fitur dan Jenis Transaksi Layanan Mobile Banking di Bank BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta

Jenis Transaksi	Fitur Transaksi
Non Finansial	
1. Rekening	Informasi Saldo Transaksi Terakhir. Mutasi Rekening
2. Transfer	Tambah Rekening Tujuan
Finansial	
3. Transfer Dana	Transfer antar rekening BNI/ BNI Syariah. Transfer Online (antar Bank via Bersama).
4. Pembayaran	<ul style="list-style-type: none"> a. Kartu Kredit BNI (BNI Visa, Hasanah Card dan BNI MasterCard) b. Kartu Kredit Non BNI (AMEX, ANZ Indonesia, BRI, Bukopin, Citibank, Danamon, HSBC, Mega, Niaga, Panin, Permata/GE, Standard Chartered) c. Tagihan Telepon (Esia, Flexi, Halo, Matrix, SmartFren, StarOne, Telkom, Tri, Xplor) d. Tagihan Listrik
5. Pembelian Pulsa Telepon.	Axis, Esia, Flexi, IM3, Mentari, SmartFren, Voucher Telkomsel, XL Voucher, XL Extra

4. Struktur Organisasi





B. ANALISIS DISKRIPTIF STATISTIK

Untuk mengetahui hasil data pada penelitian ini digunakan analisis diskriptif.

Ringkasan hasil analisis diskriptif statistik yang telah dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.1

Distribusi Responden Berdasarkan Usia

Kategori	Frekuensi	Prosentase
< 25 Tahun	44	44.0
25-34 Tahun	48	48.0
> 34 Tahun	8	8.0
Total	100	100.0

Sumber : data primer 2018

Berdasarkan tabel 4.1 dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan usia nasabah pengguna aplikasi mobile banking bank BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta, responden dari kategori umur <25 yaitu sebanyak 44 responden (44,0%), responden dari kategori umur 25-34 tahun yaitu sebanyak 48 responden (48,0%), responden dari kategori umur >34 tahun yaitu sebanyak 8 responden (8.00%). Dapat dilihat dari data diatas responden yang paling banyak yaitu responden dari kategori umur 25-24 tahun.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.2

Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Kategori	Frekuensi	Prosentase
Laki-Laki	54	54.0
Perempuan	46	46.0
Total	100	100.0

Sumber : data primer 2018

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin nasabah pengguna aplikasi mobile banking bank BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta, sebagian besar dari data responden ini adalah responden dalam kategori laki-laki yaitu sebanyak 54 responden (54,0%) dan untuk responden dalam kategori perempuan yaitu sebanyak 46 responden (46,0%).

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.3

Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan		
Kategori	Frekuensi	Prosentase
PNS	19	19.0
Pegawai Swasta	21	21.0
Belum Bekerja	1	1.0
Wiraswasta	16	16.0
Mahasiswa	36	36.0
Lainnya	7	7.0
Total	100	100.0

Sumber : data primer 2018

Berdasarkan tabel 4.3 dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan pekerjaan nasabah pengguna aplikasi mobile banking bank BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta, responden dari kategori pekerjaan pegawai negeri sipil 19 responden (19,0%), responden dari pekerjaan pegawai swasta sebanyak 21 responden (21,0%), responden dari kategori belum bekerja sebanyak 1 responden (1,0%), responden dari kategori wiraswasta sebanyak 16 responden (16,0%), responden termasuk dalam kategori mahasiswa yaitu sebanyak 36 responden (36,0%) dan responden dalam kategori belum bekerja sebanyak 7 responden (7,0%). Dari total

responden diatas dapat dilihat responden dari kategori mahasiswa lebih banyak yaitu 36 responden (36,0%).

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Tabel 4.4

Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Kategori	Frekuensi	Prosentase
SD-SMU	46	46.0
D1/D2/D3	23	23.0
S1/S2/S3	31	31.0
Total	100	100.0

Sumber : data primer 2018

Berdasarkan tabel 4.4 dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir nasabah pengguna aplikasi mobile banking bank BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta, sebagian besar adalah responden termasuk dalam kategori SD-SMU yaitu sebanyak 46 responden (46,0%), responden dari kategori D1/D2/D3 sebanyak 23 responden (23,0%), dan responden dari kategori S1/S2/S3 sebanyak 31 responden (31,0%). Jadi responden yang paling banyak di kategori ini adalah responden di kategori SD-SMU sebanyak 46 responden (46,0%).

C. UJI KUALITAS INSTRUMEN DAN DATA

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Hal yang dilakukan sebelum menunjukkan bahwa semua indikator pernyataan layak dijadikan instrumen penelitian adalah melakukan uji sampel

besar sebanyak 100 responden. Tingkat signifikansi 5% jika probabilitas $< 0,05$ maka pernyataan tersebut valid. Sedangkan jika nilai probabilitas $\geq 0,05$ maka pernyataan tersebut tidak valid.³ Berikut ini adalah hasil uji validitas:

Tabel 4.5

Hasil Uji Validitas dari Item – Item Variabel Penelitian

Variabel	Item Pertanyaan	R hitung	Sig	Keterangan
Speed	X1.1	0.865	0,000	Valid
	X1.2	0.801	0,000	Valid
	X1.3	0.873	0,000	Valid
	X1.4	0.835	0,000	Valid
Security	X2.1	0.790	0,000	Valid
	X2.2	0.820	0,000	Valid
	X2.3	0.848	0,000	Valid
	X2.4	0.841	0,000	Valid
Accuracy	X3.1	0.806	0,000	Valid
	X3.2	0.800	0,000	Valid
	X3.3	0.804	0,000	Valid
	X3.4	0.826	0,000	Valid
Trust	X4.1	0.825	0,000	Valid
	X4.2	0.854	0,000	Valid
	X4.3	0.755	0,000	Valid
Kepuasan Nasabah	Y.1	0.772	0,000	Valid
	Y.2	0.798	0,000	Valid
	Y.3	0.787	0,000	Valid
	Y.4	0.800	0,000	Valid

Sumber: hasil olah data 2018

Berdasarkan hasil uji validitas dengan jumlah 100 responden dapat diketahui bahwa seluruh pernyataan mengenai *speed*, *security*, *accuracy*, *trust* dan kepuasan nasabah yang diajukan untuk responden nasabah pengguna aplikasi mobile banking bank BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta adalah valid karena dilihat dari tingkat signifikan $< 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh

³ Ghozali. *Aplikasi Analisa* 2013

pernyataan yang ada dalam kuesioner tersebut dapat dikatakan layak sebagai instrumen untuk mengukur data penelitian.

b. Uji Reliabilitas

Hal yang dilakukan setelah menunjukkan bahwa semua variabel pernyataan layak dijadikan instrumen penelitian adalah melakukan uji sampel besar sebanyak 100 responden Pernyataan dapat di katakan reliabel jika nilai Cronbach's Alpha > 0,6.⁴

Berikut ini adalah hasil uji reliabel: **Tabel 4.6**

Hasil Uji Reliabilitas Item – Item Variabel Penelitian

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Speed	0.865	Reliabel
Security	0.842	Reliabel
Accuracy	0.824	Reliabel
Trust	0.742	Reliabel
Kepuasan Nasabah	0.798	Reliabel

Sumber: hasil olah data 2018

Berdasarkan tabel 4.6 hasil uji reliabilitas dari 100 responden dapat diketahui bahwa nilai Cronbach's Alpha dari variabel *speed*, *security*, *accuracy*, *trust* dan kepuasan nasabah dapat disimpulkan bahwa semua variabel dalam pernyataan dinyatakan reliabel karena telah memenuhi nilai yang disyaratkan yaitu dengan nilai Cronbach Alpha > 0,6.

D. ANALISIS ASUMSI KLASIK

Uji asumsi klasik yang dipakai dalam penelitian ini adalah uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji multikolinieritas.

⁴ Ghozali, Imam. *Aplikasi.*, hal 106.

1. Uji Normalitas

Uji ini adalah untuk menguji apakah pengamatan berdistribusi secara normal atau tidak, uji ini menggunakan kolmogorov smirnov. Hasil uji Normalitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.7. Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.28753094
	Absolute	.096
Most Extreme Differences	Positive	.096
	Negative	-.059
Kolmogorov-Smirnov Z		.959
Asymp. Sig. (2-tailed)		.317

Sumber : Data Primer 2018

Berdasarkan Tabel 4.7 dapat diketahui nilai *asympt.sig* sebesar $0,317 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

2. Uji Heteroskedastisitas

Suatu asumsi penting dari model regresi linier klasik adalah bahwa gangguan (*disturbance*) yang muncul dalam regresi adalah homoskedastisitas, yaitu semua gangguan tadi mempunyai varian yang sama. Hasil uji Heteroskedastisitas dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.8. Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig	Batas	Keterangan
Speed	0.357	>0,05	Tidak terjadi heterokedasitas
Security	0.366	>0,05	Tidak terjadi heterokedasitas
Accuracy	0.167	>0,05	Tidak terjadi heterokedasitas
Trust	0.769	>0,05	Tidak terjadi heterokedasitas

Sumber : Data Primer, 2018

Berdasarkan tabel 4.8 dapat diketahui bahwa nilai probabilitas lebih besar dari 5%, dengan demikian variabel yang diajukan dalam penelitian tidak terjadi heterokedasitas.

3. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel bebas. Untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinieritas maka dapat dilihat dari nilai *Varians Inflation Factor* (VIF) dan *tolerance* (α).

Tabel 4.9. Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Speed	0.483	2.069	Tidak terjadi multikolinieritas
Security	0.483	2.071	Tidak terjadi multikolinieritas
Accuracy	0.582	1.718	Tidak terjadi multikolinieritas
Trust	0.581	1.720	Tidak terjadi multikolinieritas

Sumber : Data Primer, 2018

Berdasarkan tabel 4.9 dapat diketahui bahwa nilai *tolerance value* > 0,10 atau nilai VIF < 10 maka tidak terjadi multikolinieritas.

E. ANALISIS REGRESI BERGANDA

Untuk menguji pengaruh *speed*, *security*, *accuracy* dan *trust* terhadap kepuasan nasabah digunakan analisis regresi linier berganda. Dalam model analisis regresi linier berganda akan diuji secara simultan (uji F) maupun secara parsial (uji t). Ketentuan uji signifikansi uji F dan uji t adalah sebagai berikut:

Menerima H_a : jika probabilitas $(p) \leq 0,05$ artinya *speed*, *security*, *accuracy* dan *trust* secara simultan maupun parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Ringkasan hasil analisis regresi linier berganda yang telah dilakukan adalah sebagai berikut:

Tabel 4.10. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Variabel	B	t hitung	Sig t	Keterangan
(Constant)	2.987			
Speed	0.240	3.179	0.002	Signifikan
Security	0.277	3.584	0.001	Signifikan
Accuracy	0.092	1.352	0.180	Tidak Signifikan
Trust	0.292	2.993	0.004	Signifikan
F hitung	41.503			
Sig F	0.000			
Adjusted R Square	0.621			

Sumber : Data primer 2018

1. Uji Regresi Simultan (uji F)

Tabel 4.11. Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	286.794	4	71.699	41.503	.000 ^b
Residual	164.116	95	1.728		
Total	450.910	99			

Sumber : Data primer 2018

2. Berdasarkan Regresi Simultan, diperoleh nilai F-hitung sebesar 41,503 dengan probabilitas (p) = 0,000. Berdasarkan ketentuan uji F dimana nilai probabilitas (p) $\leq 0,05$, *speed*, *security*, *accuracy* dan *trust* secara simultan mampu memprediksi perubahan kepuasan nasabah. Uji Regresi Parsial (uji t)

Tabel 4.12. Hasil Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2.987	.840		3.555	.001
1 Speed	.240	.076	.283	3.179	.002
Security	.277	.077	.319	3.584	.001
Accuracy	.092	.068	.110	1.352	.180
Trust	.292	.097	.243	2.993	.004

Sumber : Data primer 2018

$$Y = 2.987 + 0.240X_1 + 0.277X_2 + 0.092X_3 + 0.292X_4 + e$$

a. *Speed*

Berdasarkan uji regresi parsial, diperoleh nilai t-hitung sebesar 3,179 koefisien regresi (beta) 0,240 dengan probabilitas (p) = 0,002. Berdasarkan hasil olah data dimana nilai probabilitas (p) $\leq 0,05$ dapat disimpulkan bahwa speed berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Ini

menunjukkan semakin baik speed yang dirasakan oleh nasabah pengguna aplikasi mobile banking bank BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta secara otomatis akan mampu meningkatkan kepuasan nasabah.

b. *Security*

Berdasarkan uji regresi parsial, diperoleh nilai t-hitung sebesar 3,584 koefisien regresi (beta) 0,277 dengan probabilitas (p) = 0,001. Berdasarkan hasil olah data dimana nilai probabilitas (p) \leq 0,05 dapat disimpulkan bahwa *security* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. ini menunjukkan semakin baik *security* yang dirasakan oleh nasabah pengguna aplikasi mobile banking bank BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta secara otomatis akan mampu meningkatkan kepuasan nasabah.

c. *Accuracy*

Berdasarkan uji regresi parsial, diperoleh nilai t-hitung sebesar 1,352 koefisien regresi (beta) 0,092 dengan probabilitas (p) = 0,180. Berdasarkan hasil olah data dimana nilai probabilitas (p) $>$ 0,05 dapat disimpulkan bahwa *accuracy* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. ini menunjukkan semakin baik *accuracy* yang dirasakan oleh nasabah pengguna aplikasi mobile banking bank BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta secara otomatis belum mampu meningkatkan kepuasan nasabah.

d. *Trust*

Berdasarkan uji regresi parsial, diperoleh nilai t-hitung sebesar 2,993 koefisien regresi (beta) 0,292 dengan probabilitas (p) = 0,004. Berdasarkan hasil olah data dimana nilai probabilitas (p) \leq 0,05 dapat disimpulkan bahwa

trust berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. ini menunjukkan semakin baik trust yang dirasakan oleh nasabah pengguna aplikasi mobile banking bank BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta secara otomatis akan mampu meningkatkan kepuasan nasabah.

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4.13. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.798 ^a	.636	.621	1.314

Sumber : Data primer 2018

Besar pengaruh *speed*, *security*, *accuracy* dan *trust* secara simultan terhadap kepuasan nasabah ditunjukkan oleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,621. Artinya, 62,1% kepuasan nasabah dipengaruhi oleh *speed*, *security*, *accuracy* dan *trust*. Sisanya 37,9% dipengaruhi oleh variabel lain seperti *reliability*, *tangible* dan lainnya.

F. PEMBAHASAN

1. Pengaruh *Speed* Terhadap Kepuasan Nasabah
2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Speed* berpengaruh positif terhadap Kepuasan Nasabah. Hal tersebut terbukti dengan nilai t hitung sebesar 3,179 dengan probabilitas 0,002 dimana angka tersebut signifikan karena ($p \leq 0,05$).

3. *Speed* adalah kecepatan, kecepatan disini dalam mengakses m-banking. Dapat ditarik kesimpulan bahwa *speed m-banking* adalah kecepatan dan kemudahan nasabah dalam melakukan atau mengakses layanan m-banking dengan menggunakan handphone.⁵
4. *Speed* sangat berpengaruh dalam memenuhi kebutuhan nasabah dalam mengakses *m-banking*, karena jika nasabah merasa layanan m-banking berjalan sangat lama dan memakan waktu yang banyak sehingga banyak nasabah langsung menuju ke bank untuk melakukan transaksi yang dibutuhkan. Pentingnya *speed* untuk memenuhi kebutuhan nasabah sehingga muncul kepuasan yang dirasakan dari layanan yang cepat sehingga tidak membuang banyak waktu dan lebih efisien.⁶

Speed dapat dikatakan sebagai faktor penunjang kualitas pelayanan yang berpengaruh dalam meningkatkan kepuasan nasabah. *Speed* variabel yang dapat meningkatkan kepuasan nasabah dalam bertransaksi walupun nasabah tidak harus kebank sehingga dapat menghemat waktu.⁷

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lovelock menyatakan bahwa *speed* berpengaruh secara positif terhadap kepuasan nasabah. Semakin baik *speed* dari layanan m-banking maka semakin tinggi tingkat kepuasan nasabah.⁸

5. Pengaruh Security Terhadap Kepuasan Nasabah

⁵ Kuswanto, A. 2009. *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah*. Jurnal Ekonomi Bisnis, 24(2), hal 125-134

⁶ Kotler, P. and Keller, L. K. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Terjemahan. Jakarta: Penerbit Erlangga.

⁷ Nurastuti, W. 2011. *Teknologi Perbankan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

⁸ Lovelock, C. and Wirtz, J. 2011. *Service Marketing: People, Technology, Strategy*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Security* berpengaruh positif terhadap Kepuasan Nasabah. Hal tersebut terbukti dengan nilai t hitung sebesar 3,584 dengan probabilitas 0,001 dimana angka tersebut signifikan karena ($p \leq 0,05$).

Security adalah keamanan, kemanan dalam layanan m-banking adalah untuk menjaga kerahasiaan setiap nasabah dalam melakukan transaksi dalam layanan m-banking. Sehingga nasabah merasa yakin dalam mengakses layanan m-banking.⁹

Di zaman sekarang teknologi sangat mudah dijumpai, sehingga banyak bank yang menggunakan teknologi ini untuk dapat meningkatkan kepuasan nasabah. Teknologi yang digunakan bank dalam meningkatkan kepuasan nasabah adalah m-banking, banyak nasabah yang senang menggunakan m-banking karena dirasa cepat dan aman. Keamanan adalah faktor yang paling dicari nasabah dalam mengakses layanan *m-banking*, jika nasabah merasa aman maka banyak nasabah yang akan sering menggunakan layanan m-banking dan juga sebaliknya.¹⁰

Security adalah variabel yang dasar yang dapat menyakinkan nasabah dalam menggunakan layanan m-banking. Masih banyak yang nasabah yang belum menggunakan layanan m-banking dikarenakan faktor ketakutan ketika nasabah melakukan layanan m-banking akan hilang secara tiba-tiba saldo yang ada

⁹ Kurniawan, David., Samuel, H., dan Japarianto, E. 2013. *Analisis Penerimaan Nasabah Terhadap Layanan Mobile Banking BCA dengan Menggunakan Pendekatan Technology Acceptance Model dan Theory of Reasoned Action*. Surabaya: Jurnal Manajemen Pemasaran Volume 1, Nomor 1, hal 1-13

¹⁰ Indrawati. 2015. *Metode Penelitian Manajemen Dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi Dan Informasi*. Bandung: PT. Refika Aditama.

direkening bank hal ini yang membuat masih banyak nasabah yang tidak mau melakukan layanan m-banking.¹¹

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Krishnan *security* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Semakin tinggi *security* yang dirasakan nasabah maka semakin tinggi kepuasan nasabah.¹²

6. Pengaruh *Accuracy* Terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Accuracy* tidak berpengaruh positif terhadap Kepuasan Nasabah. Hal tersebut terbukti dengan nilai t hitung sebesar 1,352 dengan probabilitas 0,180 dimana angka tersebut signifikan karena ($p > 0,05$).

Accuracy adalah ketepatan, *accuracy* dalam *m-banking* adalah ketepatan dan keakuratan dalam memperoleh informasi mengenai m-banking. Ketepatan atau keakuratan sangat diperlukan dalam mengakses informasi yang ada. Semakin tinggi tingkat keakuratan suatu layanan maka semakin puas seseorang yang mengakses layanan tersebut.¹³

Di dalam penelitian ini variabel *accuracy* tidak berpengaruh terhadap kepuasan, dikarenakan masih kurangnya informasi dalam layanan *m-banking* dalam mendapatkan informasi yang dibutuhkan nasabah. Pentingnya keakuratan dalam

¹¹ Shaikh, A., A. dan Karjaluto, H. 2014. *Mobile Banking Adoption: A Literature Review. Telematics and Informatics*. Finland: RessearchGate. Vol. 35, No. 5, University School of Business and Economics.

¹² Krishnan, S. 2014. *The Power Potential of Mobile Banking: How to Profit from the Revolution in Retail Financial Services*. Wiley.

¹³ Tjiptono, Fandy. (2012). *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: ANDI.

layanan berbasis teknologi karena tidak ada layanan tambahan yang dapat diberikan dalam mendapatkan informasi yang dicari.¹⁴

Tingkat *accuracy* bukan variabel yang penting dalam meningkatkan kepuasan nasabah, karena *accuracy* diperlukan jika hanya dalam mencari informasi. Sedangkan layanan *m-banking* lebih tepatnya untuk melayani nasabah dalam proses transaksi tanpa harus ke bank dan menghemat waktu yang panjang tanpa antri. Sehingga hal ini yang mempengaruhi variabel *accuracy* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.¹⁵

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Alkayed menyatakan bahwa dari layanan *m-banking* variabel *accuracy* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.¹⁶

7. Pengaruh *Trust* Terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Trust* berpengaruh positif terhadap Kepuasan Nasabah. Hal tersebut terbukti dengan nilai *t* hitung sebesar 2,993 dengan probabilitas 0,004 dimana angka tersebut signifikan karena ($p \leq 0,05$).

Trust m-banking adalah kepercayaan nasabah terhadap bank dalam melakukan layanan *m-banking*. Kepercayaan nasabah timbul adanya kepuasan yang baik dirasakan nasabah dalam melakukan layanan *m-banking* hal ini yang membuat

¹⁴ <http://sharingvision.com>. Diakses pada tanggal pada tanggal 19 april jam 01.05

¹⁵ Sharma, Geeta dan Malviya, Surendra. 2011. *Exploring The Dimension of Mobile Banking Service Quality*. India: Devi Ahilya University Research Journal

¹⁶ Alkayed, W. 2014. Service Quality and Customer Satisfaction In Cairo - Amman Bank In Jordan. *American International Journal of Contemporary Research*. 4(4), hal 99-104.

nasabah timbul rasa percaya atas apa yang dirasakan dan didapatkan nasabah. Kepercayaan sangat penting dalam membangun kedekatan bank terhadap nasabahnya, semakin dekat bank terhadap nasabahnya maka semakin tinggi tingkat kepercayaan nasabah secara tindak langsung maka timbul tingkat kepuasan nasabah yang tinggi.¹⁷

Trust atau kepercayaan adalah dasar dalam menjalin hubungan antar teman atau relasi, semakin tinggi tingkat kepercayaan maka semakin tinggi loyalitas terhadap relasi hal ini membuat tingkat kepuasan meningkat. Pentingnya bank dalam menjaga tingkat kepercayaan nasabah dalam bertransaksi terutama layanan m-banking dikarenakan layanan m-banking layanan yang diberikan bank secara tidak langsung sehingga timbul keraguan nasabah dalam mengakses layanan m-banking. Nasabah yang sudah merasakan hasilnya maka akan timbul kepercayaan tersebut dikarenakan nasabah merasakan kepuasan dalam mengakses layanan m-banking.¹⁸

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Windarti menyatakan bahwa tingkat kepercayaan yang tinggi yang dirasakan oleh nasabah berpengaruh dengan kepuasan nasabah.¹⁹

¹⁷ Sekaran, U. and Bougie, R. 2010. *Research Methods of Business: A Sill Building Approach*. Southern Gate: John Willey & Sons.

¹⁸ Arokiasamy, A.R.A., Abdullah, A.G.K. 2013. *Service Quality and Customer Satisfaction in the Cellular Telecommunication Service Provider in Malaysia*. International Referred Research Journal. 4(2), hal 1-9.

¹⁹ Windarti, G.A.O. 2012. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama (KCU) Palembang*. Jurnal Ekonomi dan Informasi Akuntansi (JENIUS), 2(1), hal 1-20.

