

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KUALITAS LAYANAN DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUASAN NASABAH MENGGUNAKAN *MOBILE
BANKING* PADA
BANKALTIMTARA SAMARINDA**

Marcella Jaliyanti¹⁾, Sudarlan²⁾, Muhammad Kadafi³⁾

jaliyantimarcella@gmail.com¹⁾, sudarlan@polnes.ac.id²⁾, kadafi_aqila@polnes.ac.id³⁾

^{1,2,3} Program Studi Keuangan dan Perbankan/Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Samarinda,
Samarinda

^{1) 2) 3)} Jl. Dr. Cipto Mangunkusumo, Kampus Gunung Panjang, Samarinda 75131
Telp. 0541-260588-260553-262018 FAX. (0541) 260355

Abstract

This research aims to determine the influence of trust, service quality and product quality on customer satisfaction using mobile banking. This research uses primary data obtained through distributing questionnaires to Bankaltimtara customers as measured using a Likert scale. The data analysis technique used is Validity Test and Reliability Test and Hypothesis testing consisting of Partial Test (t Test), Simultaneous Test (F Test) and Determination Coefficient (R^2) using testing tools in the form of the IBM SPSS Statistics version 25 data processing program. The type of research is a quantitative research model. The data analysis method uses a multiple linear regression analysis model. The total research sample was 144 respondents. The research results show that partially the variables trust, service quality and product quality have a positive and significant effect on customer satisfaction using mobile banking at Bankaltimtara in Samarinda. Stimulantly, the variables trust, service quality and product quality have a significant positive effect on customer satisfaction using mobile banking at Bankaltimtara in Samarinda.

Keywords: *Trust, Service Quality, Product Quality, Customer Satisfaction, Mobile Banking*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan, kualitas layanan, dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah menggunakan *mobile banking*. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada nasabah Bankaltimtara yang diukur dengan skala likert. Teknik analisis data yang digunakan adalah Uji Validitas dan Uji Reliabilitas dan pengujian Hipotesis yang terdiri dari Uji Parsial (Uji t), Uji Simultan (Uji F) dan Koefisien Determinasi (R^2) dengan menggunakan alat bantu pengujian berupa program pengolahan data IBM SPSS Statistics versi 25. Jenis penelitian adalah model penelitian kuantitatif. Metode analisis data menggunakan model analisis regresi linear berganda. Jumlah sampel penelitian sebanyak 144 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel kepercayaan, kualitas layanan, dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah menggunakan *mobile banking* pada Bankaltimtara di Samarinda. Secara stimulan variabel kepercayaan, kualitas layanan dan kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah menggunakan *mobile banking* pada Bankaltimtara di Samarinda.

Kata Kunci: *Kepercayaan, Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Kepuasan Nasabah, Mobile Banking*

PENDAHULUAN

Seiring dengan meningkatnya ketergantungan masyarakat pada teknologi, dunia industri pun dituntut untuk terus berinovasi guna memenuhi dan memuaskan kebutuhan serta

keinginan masyarakat yang semakin tinggi. Banyak perusahaan termasuk dalam sektor perbankan, kini mengandalkan teknologi canggih untuk memuaskan kebutuhan konsumen (nasabah) mereka. Industri perbankan menyediakan beberapa fasilitas, salah satunya yaitu fasilitas *mobile banking*.

Mobile banking atau biasa disebut dengan *M-banking* muncul pertama kali oleh Excelcom pada akhir tahun 1995. *Mobile banking* adalah inovasi layanan perbankan yang memungkinkan nasabah melakukan berbagai transaksi keuangan tanpa perlu mengunjungi kantor cabang atau ATM. Sistem ini memanfaatkan perangkat *mobile* seperti *smartphone*, tablet, atau iPad untuk mengakses layanan perbankan secara langsung dan *real-time*. Dengan *mobile banking*, nasabah dapat dengan mudah mengelola keuangan mereka, melakukan pembayaran, transfer dana, dan berbagai operasi perbankan lainnya hanya melalui genggaman tangan. Layanan ini tidak hanya menghemat waktu tetapi juga memberikan fleksibilitas kepada nasabah untuk bertransaksi kapan saja dan dimana saja, selama terhubung dengan internet. Dengan demikian, *mobile banking* menjadi solusi yang efisien dan praktis dalam menjawab kebutuhan perbankan di era digital sekarang yang serba cepat.

Namun, keberhasilan *mobile banking* tidak hanya bergantung pada teknologinya saja. Menurut Rangkuti (2013), kualitas layanan dan kualitas produk memiliki hubungan yang erat, tidak akan ada gunanya layanan yang luar biasa kalau tidak diimbangi dengan produk yang berkualitas yang sesuai dengan harapan nasabah. Sebaliknya produk yang berkualitas juga tidak akan ada artinya apabila tidak di dukung oleh layanan yang luar biasa dan akan membuat nasabah merasa kecewa karena mendapatkan layanan yang tidak baik. Kualitas layanan (*service quality*) adalah perbandingan layanan antara kenyataan dan harapan nasabah, jika kenyataan yang diterima lebih dari yang diharapkan, maka layanan dapat dikatakan bermutu dan nasabah akan puas, sebaliknya jika kenyataan kurang dari yang diharapkan, maka layanan dikatakan tidak bermutu dan nasabah akan kecewa atau tidak puas. Sedangkan, kualitas produk (*product quality*) yaitu, produk dikatakan berkualitas apabila sesuai dengan yang dibutuhkan oleh nasabah dan mampu bersaing dengan produk sejenis yang diproduksi oleh kompetitor.

Dalam mencapai dan mempertahankan kepuasan nasabah, perbankan perlu melakukan berbagai upaya untuk meningkatkan kepercayaan nasabah. Salah satu strategi dalam era digital ini adalah dengan memanfaatkan teknologi, khususnya melalui penerapan

mobile banking. Pengembangan dan penyediaan layanan dan produk dalam *mobile banking* ini, didasari oleh keinginan bank untuk membangun dan memperkuat kepercayaan nasabah. Menurut Nurdin et al. (2020) Kepercayaan merupakan suatu keyakinan dari pihak tertentu terhadap pihak lain dalam hubungan antara kedua belah pihak yang dipercayakan akan memenuhi segala kewajiban sesuai yang diharapkan.

Di Indonesia, banyak bank yang berlomba-lomba untuk meluncurkan teknologi *mobile banking*. Salah satunya, Pemerintah Provinsi Kalimantan Timur dan Provinsi Kalimantan Utara atau yang resmi berubah nama menjadi PT. BPD Kaltim Kaltara pada tanggal 15 Desember 2017 (www.cnnindonesia.com), memiliki motto "menjadi kebanggaan kaltim" meluncurkan aplikasi Dg by bankaltimtara atau Dgbankaltimtara pada tanggal 6 April 2020. Setelah melalui proses pengembangan dan uji coba yang menyeluruh, aplikasi ini diresmikan pada bulan Juli 2021 untuk memberikan manfaat bagi semua orang mengakses dengan mudah ke layanan perbankan dan keuangan. Semakin banyak orang yang menggunakan ponsel untuk melakukan transaksi perbankan, harapan pemerintah untuk mengurangi jumlah uang tunai (*less cash society*) akan segera terwujud. Oleh karena itu, perbankan sangat tertarik untuk mengembangkannya. Bagi bank, layanan ini dianggap sebagai cara untuk mengurangi biaya dana (*cost of fund*).

Nasabah yang memiliki tingkat kesibukan tinggi menganggap bahwa fasilitas *mobile banking* sangat dibutuhkan dan tergolong penting karena sangat membantu dalam melakukan suatu transaksi ditengah aktivitas dan kesibukan mereka. Namun faktanya, *mobile banking* ini masih tergolong jauh dari aktivitas nasabah, dikarenakan keterbatasan informasi mengenai *mobile banking* beserta dengan kelebihanannya. Keterbatasan informasi tersebut disebabkan karena kurangnya sosialisasi pihak bank terhadap para nasabah atau nasabah kurang mengerti fasilitas apa saja yang terdapat pada *mobile banking*. Hal ini dapat dibuktikan dengan masih banyaknya nasabah yang lebih memilih untuk mengantri di bank. Dapat dilihat pula dari penggunaan *mobile banking* Bankaltimtara yaitu pada aplikasi Dgbankaltimtara di Playstore baru mencapai lebih dari 100.000 user, dengan total nasabah lebih dari 6 juta orang, dikutip dalam artikel (zonakeuangan.com). Dapat disimpulkan bahwa masih banyak dari nasabah BPD Kaltimtara yang belum menggunakan aplikasi ini ataupun belum mengetahui tentang aplikasi ini.

Para nasabah perbankan di Samarinda banyak yang belum menggunakan *mobile banking* dikarenakan merasa bahwa *mobile banking* merupakan sesuatu yang rumit. Kerumitan transaksi melalui *mobile banking* membuat nasabah berpikir ulang mengenai resiko untuk melakukan kesalahan dalam bertransaksi yang lebih besar karena pada saat melakukan transaksi nasabah tidak didampingi dan dibantu oleh petugas teller. Nasabah berhadapan langsung dengan sebuah sistem yang melayani transaksi-transaksi yang ingin dilakukan oleh nasabah. Sebuah sistem yang dianggap rumit biasanya tidak akan sering digunakan oleh penggunanya, padahal tolak ukur penerimaan sebuah sistem dilihat dari penggunaannya. Suatu sistem yang sering digunakan menunjukkan bahwa sistem tersebut lebih dikenal, lebih mudah dioperasikan dan lebih mudah digunakan. Kemampuan nasabah dalam berinteraksi serta mengetahui prosedur dan cara bertransaksi merupakan salah satu hal yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah menggunakan *mobile banking* itu sendiri.

Adanya keterbatasan informasi, menyebabkan nasabah kurang mengerti akan *mobile banking* yang ditawarkan oleh pihak bank. Nasabah yang terlalu sibuk dengan urusan kesehariannya, terkadang mengesampingkan informasi-informasi layanan yang diberikan bank. Pada prinsipnya, nasabah menganggap layanan yang belum populer di kalangan sekitar maka para nasabah tersebut belum berminat untuk mencari informasi akan layanan bank tersebut. Padahal pihak bank meluncurkan aplikasi *mobile banking* untuk menghemat dan mempermudah para nasabahnya. Nasabah lebih memilih mengantri di bank, dari pada mencari informasi tentang layanan *mobile banking* tersebut.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas yang telah dijelaskan, peneliti menemukan bahwa adanya beberapa perbedaan pada hasil penelitian terdahulu. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Layanan, dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* Pada Bankaltimtara Samarinda”.

TINJAUAN PUSTAKA

Bank

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998 Pasal 1 Ayat 2 Tentang Perbankan adalah lembaga usaha yang menghimpun uang dari masyarakat dalam bentuk simpanan, kemudian menyalurkan kembali kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk lainnya untuk meningkatkan taraf hidup. Bank juga diartikan sebagai

intermediasi yang menjembatani antara pemilik dana berlebih kepada yang memerlukan dana untuk kemudian diolah demi kesejahteraan bersama yang pengambilannya menurut ketentuan yang berlaku.

E-Banking

Menurut Afghani & Yulianti (2017) bank menawarkan layanan *Electronic Banking* (*E-Banking*) untuk memenuhi kebutuhan para nasabah sebagai media alternatif untuk memproses transaksi perbankan, tanpa nasabah datang ke bank atau ATM kecuali untuk transaksi setoran dan penarikan tunai.

Mobile Banking

Menurut Nurastuti (2017) *mobile banking* adalah fasilitas perbankan melalui alat komunikasi bergerak seperti *handphone*, dengan penyediaan fasilitas yang hampir sama dengan ATM kecuali uang tunai.

Kepercayaan

Menurut Nurdin et al. (2020) merupakan suatu keyakinan dari pihak tertentu terhadap pihak lain dalam hubungan antara kedua belah pihak yang dipercayakan akan memenuhi segala kewajiban sesuai yang diharapkan.

Kualitas Layanan

Menurut Indrasari (2019) mendefinisikan bahwa kualitas pelayanan pada dasarnya berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Kualitas Produk

Menurut Hery (2019) dinyatakan bahwa produk yang diinginkan pelanggan, baik berwujud maupun tidak berwujud adalah kualitas produk yang tinggi dan apapun wujudnya selama itu dapat memenuhi keinginan pelanggan dan kebutuhan maka dapat kita katakan sebagai produk.

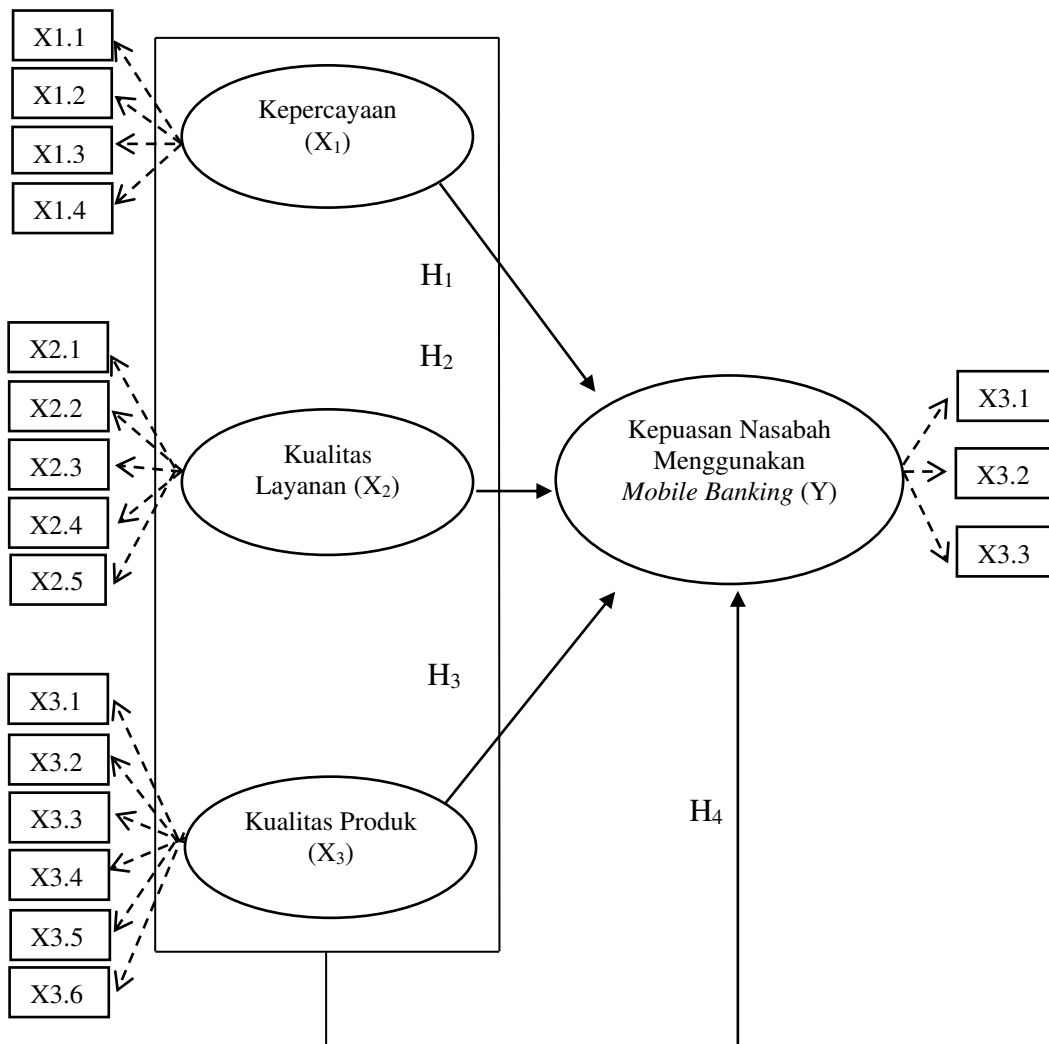
Kepuasan Nasabah

Menurut Hananto (2021) dinyatakan bahwa kepuasan nasabah merupakan sebagai tingkat perasaan nasabah suatu bank setelah membandingkan kinerja bank yang dirasakan dengan harapan sebelum menggunakan jasa bank tersebut. Kepuasan nasabah dapat diciptakan perusahaan dengan memberikan produk maupun layanan yang terbaik untuk nasabahnya.

Hipotesis

- H1 = Diduga kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah menggunakan *mobile banking* pada Bankaltimtara Samarinda.
- H2 = Diduga kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah menggunakan *mobile banking* pada Bankaltimtara Samarinda.
- H3 = Diduga kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah menggunakan *mobile banking* pada Bankaltimtara Samarinda.
- H4 = Diduga kepercayaan, kualitas layanan, dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah menggunakan *mobile banking* pada Bankaltimtara Samarinda.

Kerangka Pikir Penelitian



Gambar 1
Model Penelitian

METODE PENELITIAN

Objek Penelitian

Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah nasabah yang terdaftar sebagai pengguna *mobile banking* pada PT. BPD Kaltim Kaltara di Samarinda.

Populasi dan Sampel

Populasi pada penelitian ini pengambilan sampel menggunakan metode penarikan sampel secara tidak acak (*non probability sampling*) berupa *accidental sampling*. *Accidental sampling* adalah teknik penentuan sampel yang sumber datanya berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel. Bila orang yang kebetulan ditemui itu sesuai dengan kriteria atau ketentuan sebagai berikut:

1. Responden berdomisili di Samarinda.
2. Responden merupakan nasabah PT. Bank BPD Kaltim Kaltara di Samarinda.
3. Responden merupakan pengguna *mobile banking* DG by bankaltimtara atau Dgbankaltimtara.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Instrumen Uji Validitas

Tabel 1 uji validitas

No	Variabel	Indikator	Corrected Item-	Standar Pengukuran	Kesimpulan
			Total Correlation		
1.	Kepercayaan	Kehandalan	0,717	0,300	Valid
		Kejujuran	0,753	0,300	Valid
		Kepedulian	0,743	0,300	Valid
		Kredibilitas	0,744	0,300	Valid
2.	Kualitas Layanan	Kehandalan	0,745	0,300	Valid
		Jaminan	0,760	0,300	Valid
		Daya tanggap	0,739	0,300	Valid
		Empati	0,771	0,300	Valid

		Bukti langsung	0,739	0,300	Valid
		Kinerja	0,684	0,300	Valid
		Keistimewaan tambahan	0,704	0,300	Valid
		Keandalan	0,789	0,300	Valid
3.	Kualitas Produk	Kesesuaian dengan spesifikasi	0,820	0,300	Valid
		Daya Tahan	0,669	0,300	Valid
		Estetika	0,790	0,300	Valid
		Kesesuaian harapan	0,827	0,300	Valid
4.	Kepuasan Nasabah	Minat berkunjung kembali	0,838	0,300	Valid
		Kesediaan merekomendasi	0,751	0,300	Valid

(Sumber: Hasil Uji Menggunakan SPSS 25, 2024)

Tabel 2 Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Minimum	Keterangan
Kepercayaan	0,721	0,70	Reliabel
Kualitas Layanan	0,802	0,70	Reliabel
Kualitas Produk	0,838	0,70	Reliabel
Kepuasan Nasabah	0,729	0,70	Reliabel

(Sumber: Hasil Uji Menggunakan SPSS 25, 2024)

Hasil Uji Asumsi Klasik**Tabel 3 Uji Normalitas.**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		144
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,22826324
Most Extreme Differences	Absolute	,062
	Positive	,062
	Negative	-,030
Test Statistic		,062
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

(Sumber: Hasil Uji Menggunakan SPSS 25, 2024)

Tabel 4 Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a		
Model	Tolerance	VIF
(Constant)		
Kepercayaan	,997	1,003
Kualitas Layanan	,749	1,334
Kualitas Produk	,751	1,332

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

(Sumber: Hasil Uji Menggunakan SPSS 25, 2024)

Tabel 5 Uji Heterokedastisitas

Variabel	Signifikan	Kesimpulan
Kepercayaan	0,334	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Kualitas Layanan	0,073	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Kualitas Produk	0,912	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas

a Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

(Sumber: Hasil Uji Menggunakan SPSS 25, 2024)

Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 6 Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
Model		B	Std. Error	Beta	t Sig.
1	(Constant)	2,032	1,303		1,560 ,121
	Kepercayaan	,158	,053	,207	2,987 ,003
	Kualitas Layanan	,142	,049	,232	2,897 ,004
	Kualitas Produk	,178	,039	,368	4,605 ,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

(Sumber: Hasil Uji Menggunakan SPSS 25, 2024)

Hasil Hipotesis

Tabel 7 Uji t (Parsial)

Coefficients ^a					
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
Model		B	Std. Error	Beta	t Sig.
1	(Constant)	2,032	1,303		1,560 ,121

Kepercayaan	,158	,053	,207	2,987	,003
Kualitas Layanan	,142	,049	,232	2,897	,004
Kualitas Produk	,178	,039	,368	4,605	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

(Sumber: Hasil Uji Menggunakan SPSS 25, 2024)

Tabel 8 Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	105,092	3	35,031	22,733	,000 ^b
	Residual	215,734	140	1,541		
	Total	320,826	143			

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Kepercayaan, Kualitas Layanan

(Sumber: Hasil Uji Menggunakan SPSS 25, 2024)

Tabel 9 Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,572 ^a	,328	,313	1,241

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Kepercayaan, Kualitas Layanan

(Sumber: Hasil Uji Menggunakan SPSS 25, 2024)

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan penulis mulai dari variabel kepercayaan (X_1) kualitas layanan (X_2), kualitas produk (X_3) dengan jumlah responden 144 responden.

Kepercayaan Berpengaruh Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil uji statistik yang telah dilakukan terhadap hipotesis pertama (H_1) diperoleh hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah menggunakan *mobile banking* Bankaltimtara Samarinda. Hal tersebut sesuai dengan hasil uji t pada tabel 7, nilai signifikansi antara variabel kepercayaan terhadap variabel kepuasan nasabah sebesar 0,003 yang berarti lebih kecil dari tingkat kesalahan yang telah ditentukan yaitu sebesar 0,05 atau nilai $t_{hitung} >$ dari t_{tabel} $2,987 > 1,977$, nilai statistik F_{hitung} menunjukkan angka sebesar 22,733 yang berarti lebih besar dari F_{tabel} sebesar 2,67 ($22,733 > 2,67$), dan nilai uji determinasi (*Adjusted R Square*)

adalah 0,313 atau 31,3%, maka H_1 diterima dan H_0 ditolak. Semakin baik kepercayaan nasabah menggunakan *mobile banking* Bankaltimtara di Samarinda maka akan meningkatkan kepuasan nasabah.

Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Zulkarnain & Titania (2021) yang berjudul “ Pengaruh Keamanan, Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Nasabah Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna *Mobile Banking* BCA Palembang” yang menyatakan kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini juga sejalan dengan penelitian lainnya dari Ningrum (2021), Harish (2017) yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

H_1 : variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah maka hipotesis diterima.

Kualitas Layanan Berpengaruh Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil uji statistik yang telah dilakukan terhadap hipotesis pertama (H_1) diperoleh hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah menggunakan *mobile banking* Bankaltimtara Samarinda. Hal tersebut sesuai dengan hasil uji t pada tabel 5.8 nilai signifikansi antara variabel kualitas layanan terhadap variabel kepuasan nasabah sebesar 0,004 yang berarti lebih kecil dari tingkat kesalahan yang telah ditentukan yaitu sebesar 0,05 atau nilai $t_{hitung} >$ dari t_{tabel} $2,897 > 1,977$, nilai statistik F_{hitung} menunjukkan angka sebesar 22,733 yang berarti lebih besar dari F_{tabel} sebesar 2,67 ($22,733 > 2,67$), dan nilai uji determinasi (*Adjusted R Square*) adalah 0,313 atau 31,3%, maka H_1 diterima dan H_0 ditolak. Semakin tinggi kualitas layanan nasabah menggunakan *mobile banking* Bankaltimtara di Samarinda maka akan meningkatkan kepuasan nasabah.

Hasil penelitian ini didukung oleh hasil penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Harish (2017) yang berjudul “Pengaruh Kepercayaan Nasabah Dan Kualitas Layanan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah” dan didukung oleh penelitian lainnya dari Mawey et al. (2018), Mulyaningsih & Suasana (2016) yang menyatakan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

H_2 : variabel kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah maka hipotesis diterima.

Kualitas Produk Berpengaruh Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil uji statistik yang telah dilakukan terhadap hipotesis ketiga (H_3) diperoleh hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah menggunakan mobile banking Bankaltimtara Samarinda. Hal tersebut sesuai dengan hasil uji t pada tabel 5.8 nilai signifikansi antara variabel budaya organisasi terhadap variabel kinerja pegawai sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari tingkat kesalahan yang telah ditentukan yaitu sebesar 0,05 atau nilai $t_{hitung} >$ dari t_{tabel} 4,605 $>$ 1,977, nilai statistik F_{hitung} menunjukkan angka sebesar 22,733 yang berarti lebih besar dari F_{tabel} sebesar 2,67 ($22,733 > 2,67$), dan nilai uji determinasi (*Adjusted R Square*) adalah 0,313 atau 31,3%, maka H_3 diterima dan H_0 ditolak. Semakin banyak kualitas produk pada nasabah menggunakan mobile banking bankaltimtara di samarinda maka akan meningkatkan kepuasan nasabah.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Dwinurpitasari (2019) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Produk *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Pada BRI Syariah KCP Ponorogo” dan didukung oleh penelitian lainnya dari Dewi & Sudiartha (2018), Kamila (2017) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin baik produk sistem layanan perbankan yang diberikan kepada nasabah maka akan semakin meningkatkan kepuasan nasabah dalam menggunakan *mobile banking*. Produk yang berkualitas tentu akan lebih diminati oleh nasabah, karena pada hakikatnya nasabah pasti akan mencari produk yang terbaik.

H_3 : variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah maka hipotesis diterima.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh kepercayaan, kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah menggunakan *mobile banking* pada Bankaltimtara di Samarinda melalui penyebaran kuesioner terhadap nasabah pengguna *mobile banking* Bankaltimtara atau DG by Bankaltimtara, maka didapat simpulan sebagai berikut:

1. Kepercayaan secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah menggunakan *mobile banking* Bankaltimtara. Artinya bahwa semakin baik kepercayaan

yang diberikan kepada nasabah, maka nasabah akan merasa semakin puas.

2. Kualitas layanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah menggunakan *mobile banking* Bankaltimtara. Artinya semakin baik kualitas layanan yang diberikan kepada nasabah maka akan semakin meningkat kepuasan nasabah dalam bertransaksi menggunakan *mobile banking*.
3. Kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah menggunakan *mobile banking* Bankaltimtara. Artinya semakin baik kualitas produk yang diberikan atau ditawarkan kepada nasabah maka akan semakin meningkat kepuasan nasabah dalam bertransaksi menggunakan *mobile banking*.
4. Kepercayaan, kualitas layanan dan kualitas produk secara bersama-sama atau simultan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan *mobile banking* Bankaltimtara. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kepercayaan, kualitas layanan dan kualitas produk yang diberikan maka akan semakin meningkatkan kepuasan nasabah menggunakan *mobile banking* Bankaltimtara.

Adapun saran yang dapat peneliti berikan sehubungan dengan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan, yaitu:

1. Bagi Praktisi/Perusahaan

- a. Bagi lembaga perbankan khususnya Bankaltimtara di Samarinda terus meningkatkan kepercayaan, terutama pada kepedulian dengan meningkatkan responsivitas terhadap kebutuhan dan keluhan nasabah, mengembangkan program-program yang menunjukkan kepedulian bank terhadap nasabah dan masyarakat sekitar, memberikan pelatihan kepada karyawan untuk meningkatkan empati dan kemampuan dalam melayani nasabah, secara konsisten menerapkan kebijakan dan prosedur yang mengutamakan kepentingan nasabah. melakukan komunikasi yang terbuka dan transparan mengenai produk, layanan, dan kebijakan bank. Dengan fokus pada peningkatan kepedulian, Bankaltimtara di Samarinda dapat memperkuat kepercayaan nasabah, yang pada gilirannya akan mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis bank dalam jangka panjang.
- b. Bagi lembaga perbankan khususnya Bankaltimtara di Samarinda, disarankan untuk terus meningkatkan kualitas layanan *mobile banking*, dengan memberikan perhatian di bidang kehandalan dengan melakukan pemeliharaan dan pembaruan sistem secara

berkala untuk meminimalisir gangguan layanan, meningkatkan kapasitas server untuk menangani lonjakan transaksi pada waktu-waktu sibuk, melakukan pengujian menyeluruh sebelum merilis fitur atau pembaruan baru. Dan memantau kinerja aplikasi secara *real-time* dan mengambil tindakan proaktif untuk mencegah masalah. Dengan fokus pada peningkatan kehandalan, Bankaltimtara di Samarinda dapat meningkatkan kepuasan nasabah, memperkuat kepercayaan mereka terhadap layanan digital bank, dan pada akhirnya mendorong nasabah melakukan layanan *mobile banking*.

- c. Bagi lembaga perbankan, khususnya Bankaltimtara di Samarinda, disarankan untuk terus meningkatkan kualitas produk *mobile banking*, dengan memberikan perhatian pada bidang kinerja dengan menambahkan fitur-fitur inovatif yang relevan dengan kebutuhan nasabah, melakukan pengujian yang komprehensif untuk memastikan kompatibilitas dengan berbagai jenis perangkat *mobile*, mengimplementasikan sistem keamanan yang kuat untuk melindungi data dan transaksi nasabah. Dengan fokus pada peningkatan kinerja, Bankaltimtara di Samarinda dapat meningkatkan kepuasan nasabah, memperkuat daya saing, dan mendorong adopsi yang lebih luas terhadap layanan perbankan digitalnya.

2. Bagi Akademis

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi dan dokumentasi bagi pihak Politeknik Negeri Samarinda sebagai bahan acuan penelitian yang akan datang selain jurnal dan buku. Selain itu pihak Politeknik Negeri Samarinda diharapkan terus berupaya meningkatkan kualitas karya hasil penelitian bagi semua mahasiswa.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan mampu meneliti faktor-faktor lain yang lebih luas dan mempengaruhi kepuasan nasabah dalam menggunakan *mobile banking* dengan memilih atau menambahkan variabel lain dan memperbanyak subjek penelitian dengan latar belakang yang lebih beragam demi mendapatkan hasil yang komprehensif. Misalnya variabel keamanan dan risiko.

DAFTAR PUSTAKA

- Afghani, M. F., & Yulianti, E. (2017). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Persepsi Risiko, Serta Kesadaran Nasabah Terhadap Adopsi E-Banking Di Bank Bri

Surabaya. *Journal of Business & Banking*, 6(1), 113.
<https://doi.org/10.14414/jbb.v6i1.898>

Dewi, C. I. A. K., & Sudiartha, I. G. M. (2018). *Pengaruh Kualits Layanan Dana Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Pembangunan Daerah Bali*. 7(8), 4539–4569.

Dwinurpitasari, Y. A. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Produk Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada BRI Syariah KCP Ponorogo. *Jurusan Teknik Kimia USU*, 3(1), 18–23.

Hananto, D. (2021). Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jersey Sepeda Di Tangsel. *Seminar Nasional Penelitian LPPM UMJ*, 1(1), 1–10.
<http://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaslit>

Harish, I. N. (2017). *Pengaruh Kepercayaan Nasabah Dan Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah*.

Hery, 2019, *Manajemen Perbankan*, Jakarta: PT Grasindo.

Indrasari, D. M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan* (1st ed.). Oktober 2019.

Kamila, I. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Jakarta Simprug). *Occupational Medicine*, 53(4), 130.

Mawey, T. C., Tumbel, A. L., & Ogi, I. W. J. (2018). *Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT Bank Sulutgo*. 6(3), 1198–1207.

Mulyaningsih, L. A., & Suasana, I. G. A. K. G. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Ocbc Nisp Di Denpasar. *E Jurnal Manajemen Unud*, 5(1), 1–30.

Ningrum, R. (2021). *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Dan Inovasi Terhadap Kepuasan Nasabah Menggunakan Mobile Banking Muamalat Din Pada Bank Muamalat Kantor Cabang Utama Palembang, UIN Raden Fatah Palembang*.

Nurastuti, W. (2017). *Teknologi Perbankan* (1 st). Yogyakarta: Graha Ilmu.

Nurdin, N., Azizah, W. N., & Rusli, R. (2020). *Pengaruh Pengetahuan , Kemudahan dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Finansial Technology (*

Fintech) Pada Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu. 2(2), 199–222. <https://doi.org/10.24239/jipsya.v2i2.32.198-221>

Rangkuti, F. (2013). *Customer Service Satisfaction & Call Center Berdasarkan Iso 9001*.

UU Nomor 10 Tahun 1998. (1998). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998 Tentang Perbankan. *Bank Indonesia*, 1–65.

Zulkarnain, & Titania. (2021). *Pengaruh Keamanan, Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Nasabah Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Mobile Banking BCA Palembang*