

## Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah *Mobile Banking* Pada Bank Pembangunan Daerah Provinsi Sumatera Barat

Jhon Fernos<sup>1)</sup>, Gwen Gietricen<sup>2)</sup>

<sup>1</sup>Akademi Keuangan dan Perbankan “Pembangunan”

<sup>2</sup>Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi KBP

[gwengietricenn@gmail.com](mailto:gwengietricenn@gmail.com)

### ABSTRACT

*This study aims to analyze the effect of reliability, responsiveness, assurance (assurance), empathy (empathy) and direct evidence (tangibles) on satisfaction of mobile banking customers at the Regional Development Bank of West Sumatra Province. The research design is correlational. The population in this study were all Sharia banking customers in Surakarta City, a sample of 100 mobile banking customers at the Regional Development Bank of West Sumatra Province with a proportion of random sampling as a sampling technique. Data analysis in this study used multiple linear regression (multiple regression analysis). The results showed that there was no tangible variable effect (X1) on customer satisfaction of the Regional Development Bank of West Sumatra Province. No effect on reliability variable (X2) on customer satisfaction of the Regional Development Bank of West Sumatra Province. There is no effect on the responsiveness variable (X3) on customer satisfaction. There is the effect of assurance variable (X4) on customer satisfaction. There is the influence of the empathy variable (X5) on customer satisfaction.*

**Keywords:** *reliability, responsiveness, assurance, empathy, tangibles, satisfaction.*

---

*Detail Artikel:*

*Diterima : 13 Juni 2019*

*Disetujui : 02 Maret 2020*

*DOI:10.31575/jp.v3v2.157*

---

### PENDAHULUAN

Pada era globalisasi ini, kepuasan bisa digunakan sebagai salah satu alat untuk menggapai keunggulan kompetitif, karena dari sudut perbankan kualitas pelayanan merupakan salah satu penyebab utama didalam yang menentukan pilihan produk dan jasa untuk nasabah. Kepuasan nasabah akan bisa mudahdicapai jika kualitas pelayanan dari produk dan jasa yang diberikan sesuai dengan kebutuhannya. Kepuasan nasabah adalah hal yang bermanfaat untuk perusahaan. Saat ini, kepuasan tidak lagi tujuan terakhir dari perusahaan. Karena kepuasan konsumen dilakukan oleh perusahaan sebagai proses untuk perbaikan internal perusahaan itu sendiri. Saat ini, dengan semakin meningkatnya persaingan didalam menawarkan sebuah produk, keinginan nasabah dari sebuah

produk menjadi cepat berubah. Masyarakat dengan mudah bisa terpengaruh dari promosi-promosi produk dan jasa yang berikan oleh perusahaan lain. Kepuasan adalah perasaan bahagia atau kecewa seseorang yang ada karena membandingkan sebuah pilihan produk, sesuai dengan persepsi produk dan angan-angan mereka (Andika Febrianta. 2016).

(Andika Febrianta. 2016) bentuk kualitas jasa online yang bersifat menjangkau dengan jangkauan luas, dan penyatuan diberbagai aspek. Bersangkutan dan secara menyeluruh memenuhi kebutuhan untuk mengevaluasi kualitas jasa dari sebuah elektronik. ada tujuh dimensi e-Servqual, yaitu efisiensi, reliabilitas, fulfillment, privasi, daya tanggap, kompensasi dan kontak.

Kegiatan layanan akan tetap ada didalam setiap usaha, baik usaha yang memikirkan laba maupun usaha-usaha sosial. Pentingnya sebuah pelayanan dilaksanakan dalam sebuah memenuhi kebutuhan, kepuasan dan kebutuhan nasabhdari suatu produk atau jasa. Pelayanan akan membuat begitu pentingnya dengan meningkatnya keinginan nasabah.meningkatkan pelayanan bisa dilaksanakan dalam waktu dengan para pesaing untuk kedepannya semakin meningkat.

### **Definisi Kualitas Layanan**

Pelayanan adalah kegiatan yang bisa ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lainnya, yang dasarnya tidak berwujud dan menghasilkan kepemilikan apapun, produksinya dapat dihubungkan maupun sebaliknya, kepada sebuah keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan terhadap konsumen itu sendiri.

### **Dimensi Layanan**

Beberapa model yang sangat terkenal adalah yang disampaikan oleh Parasuraman, Zeithmal dan Berry dengan lima dimensi, melakukan penelitian khusus terhadap beberapa jenis industri jasa. Sebelum mengelompokkan kedalam lima dimensi, ketiga peneliti ini berhasil mengidentifikasi sepuluh faktor yang di nilai konsumen dan merupakan penyebab pertama yang menghasilkan kualitas jasa, yaitu *access, communication, competence, courtesy, credibility, responsiveness, security, understanding, dan tangibles*.

Dimensi kualitas pelayanan yang perlu diperhatikan menurut (Markonah 2017):

1. Reliability adalah sebuah keahlian dalam memberikan sebuah layanan dengan semaksimal mungkin.
2. Assurance adalah kesanggupan karyawan didalam pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat yang dapat dipercaya. Dimensi jaminan meliputi gabungan dari dimensi:
  - a. Kompetensi (*competence*) sebuah keahlian dan pengetahuan yang dimiliki oleh karyawan dalam melakukan pelayanan.
  - b. Kesopanan (*courtesy*) sebuah keramahan, perhatian dan sikap dari karyawan.
  - c. Kredibilitas (*credibility*) sebuah hal yang berkaitan dengan rasa percaya terhadap sebuah perusahaan.
3. Tangible adalah sebuah bukti fisik seperti pegawai, fasilitas, peralatan, bentuk fisik dari pelayanan seperti kartu kredit fisik.
4. Emphaty adalah meliputi kemudahan dalam melakukan komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan pelanggan sesuai dengan situasi dan kondisi.

5. Responsiveness (daya tanggap) yaitu sikap tanggap dari pegawai dalam memberikan pelayanan yang dibutuhkan pelanggan dan bisa menyelesaikan dengan cepat.

## METODOLOGI PENELITIAN

### Jenis Penelitian

Metode penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, dengan tujuan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini bersifat deskriptif. Tujuan penelitian deskriptif dilakukan saat peneliti sudah mengetahui faktor atau variabel untuk mengukur suatu objek atau bidang, tetapi belum mengetahui hubungan antara faktor atau variabel tersebut dan peneliti hanya menggambarkan karakteristik atau fungsi dari suatu variabel atau beberapa variabel dalam satu situasi (Andika Febrianta, 2016)

Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah yang menggunakan layanan *Mobilebanking* Pada Bank Nagari Cabang Padang dengan total nasabah per September 2018 sebanyak 180.905 orang.

Sampel yang digunakan adalah dengan teknik *random sampling* yaitu teknik penarikan sampel secara acak terhadap nasabah yang menggunakan layanan *Mobile Banking* jumlah sampel yang digunakan adalah sebanyak 100 orang

### Jenis dan Sumber Data

Jenis dan Sumber Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

1. Data primer  
Data yang diperoleh peneliti dari hasil kuesioner, peneliti membantu mengisi kuesioner dengan cara mengisi identitas dengan menjawab pertanyaan yang ada pada kuesioner dengan cara menceklis (√) untuk kuesioner pada salah satu jawaban yang dirasakan oleh responden.
2. Data sekunder  
Data sekunder berupa data yang diperoleh peneliti dari Bank Nagari cabang. Jumlah pengguna *Mobile Banking*.

### Definisi Operasional

| No | Variabel                                | Pengertian   | Indikator   | Alat Ukur  |
|----|---|--|---|--|
| 1. | <i>Tangible</i><br>(X <sub>1</sub> )    | (produk-produk fisik) merupakan semua produk yang tampak dan terlihat.                                 | 1. Ruang tunggu pelayanan<br>2. Loket pelayanan<br>3. penampilan petugas pelayanan  | 1. Sangat Setuju<br>2. Setuju<br>3. Cukup<br>4. Tidak Setuju<br>5. Sangat Tidak Setuju |
| 2. | <i>Reliability</i><br>(X <sub>2</sub> ) | (keandalan) adalah merupakan kemampuan yang dapat diandalkan untuk menepati apa yang telah disepakati. | 1. Keandalan petugas dalam memberikan informasi pelayanan<br>2. Keandalan petugas dalam melancarkan prosedur pelayanan<br>3. Keandalan petugas dalam memudahkan | 1. Sangat Setuju<br>2. Setuju<br>3. Cukup<br>4. Tidak Setuju<br>5. Sangat Tidak Setuju |

|    |                                 |   |   |  |
|----|---------------------------------|---|---|--|
| 3. | <i>Responsiveness</i> ( $X_3$ ) | (daya tanggap) adalah merupakan tingkat kemampuan dalam merespon apa yang menjadi permasalahan dan keluhan nasabah.                                 | teknis pelayanan<br>1. Respon petugas pelayanan terhadap kritikan nasabah<br>2. Respon petugas pelayanan terhadap saran nasabah<br>3. Respon petugas pelayanan terhadap kritikan warga  | 1. Sangat Setuju<br>2. Setuju<br>3. Cukup<br>4. Tidak Setuju<br>5. Sangat Tidak Setuju |
| 4. | <i>Assurance</i> ( $X_4$ )      | (jaminan) adalah kemampuan pegawai dalam memberikan kepastian kepada nasabah atas apa yang sudah menjadi komimennya..                               | 1. Kemampuan administrasi petugas pelayanan<br>2. Kemampuan teknis petugas pelayanan<br>3. Kemampuan sosial petugas pelayanan   | 1. Sangat Setuju<br>2. Setuju<br>3. Cukup<br>4. Tidak Setuju<br>5. Sangat Tidak Setuju |
| 5. | <i>Empathy</i> ( $X_5$ )        | (perhatian) adalah kemampuan perusahaan dalam memperhatikan situasi yang di alami oleh nasabah.   | 1. Perhatian petugas pelayanan<br>2. Kepedulian petugas<br>3. Keramahan petugas pelayanan   | 1. Sangat Setuju<br>2. Setuju<br>3. Cukup<br>4. Tidak Setuju<br>5. Sangat Tidak Setuju |
| 6. | Kepuasan Nasabah (Y)            | Kepuasan adalah sebuah perasaan senang dan kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja sebuah produk sesuai dengan ekspektasi mereka. | 1. Ekspetasi konsumen vs persepsi. Kemungkinan merekomendasikan teman.<br>2. Pengalaman konsumen vs pengalaman ideal.<br>3. Kepuasan secara keseluruhan.<br>4. Dampak dan arti kepuasan.<br>5. Keinginan untuk transaksi ulang. | 1. Sangat Setuju<br>2. Setuju<br>3. Cukup<br>4. Tidak Setuju<br>5. Sangat Tidak Setuju |

Sumber: Jurnal emba

### Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar (konstruk) pertanyaan dalam mendefenisikan variabel. Daftar pertanyaan ini pada umumnya mendukung suatu kelompok variabel tertentu (Sulaeman 2018).

Validitas suatu butir pertanyaan dapat dilihat pada hasil *output Statistical Program For Social Science* (SPSS) pada table dengan judul *Item-Total statistics*. Menilai kevalidan masing-masing butir pertanyaan dapat dilihat dari nilai *corrected Item-Total Correlation* masing-masing butir pertanyaan. Suatu butir pernyataan dikatakan valid jika nilai dari *corrected item-Total Correlation*  $> 0,300$ . Uji validitas sebaiknya dilakukan secara terpisah pada lembar kerja yang berbeda antara satu konstruk variabel yang lain sehingga dapat diketahui butir-butir pertanyaan variabel mana yang paling banyak tidak valid. Sehingga pengambilan keputusan adalah:

1. Jika *Corrected Item-Total Correlation*  $> 0,300$  maka dimensi tersebut valid.
2. Jika *Corrected Item-Total Correlation*  $< 0,300$  maka dimensi tersebut tidak valid.

Uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuisioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuisioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten dari waktu ke waktu. Untuk mengetahui reliabel atau tidaknya suatu variabel dilakukan uji statistik dengan melihat nilai *Cronbach's Alpha*. Kriteria yang dapat digunakan adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai *Cronbach's Alpha*  $> 0,60$  maka pernyataan-pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut adalah "*reliabel*".
2. Jika nilai *Cronbach's Alpha*  $< 0,60$  maka pernyataan-pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut adalah "*tidak reliabel*".

#### **Uji Asumsi Klasik**

##### **Uji Normalitas**

Sebelum melakukan pengujian terhadap hipotesis, terlebih dahulu dilakukan uji normalitas untuk mengetahui metode statistik yang akan digunakan. Uji ini bertujuan untuk menguji apakah model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Uji normalitas residual dilakukan dengan menggunakan *One Sample Kolmogorov-Smirnov test* dengan taraf signifikan 5% (Singgih, 2010). Dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Jika nilai  $\text{Sig} \geq 0,05$  maka dikatakan berdistribusi normal.
2. Jika nilai  $\text{Sig} < 0,05$  maka dikatakan berdistribusi tidak normal.

##### **Uji Multikolenearitas**

Multikolenearitas ini bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas atau independen. Menurut (Sulaeman 2018) pengujian dilakukan untuk melihat ada tidaknya hubungan linear antara variabel bebas (indeks), dilakukan dengan menggunakan *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *tolerance value*.

Batas dari *tolerance value* adalah  $> 0,10$  atau nilai  $\text{VIF} < 10$ . Jika *tolerance value* dibawah 0,10 atau nilai  $\text{VIF}$  diatas 10, maka terjadi multikolenearitas.

##### **Uji Heterokedastisitas**

Menurut (Sulaeman 2018) uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (nilai *error*nya). penelitian ini menggunakan uji *Glejser*. Uji *Glejser* mengusulkan untuk meregres nilai absolute residual terhadap variabel independen, dengan persamaan regresi :

Pengujian ini membandingkan signifikansi dari uji tersebut terhadap  $\alpha$  sebesar 5%. Apabila signifikansi lebih dari 5% berarti tidak mengandung heterokedastisitas. Dari pengujian yang dilakukan terhadap nilai residual absolut didapat nilai sebesar 100%. Dengan signifikansi sebesar 100% yang jauh lebih besar dari  $\alpha$  sebesar 5%, maka dikatakan variable-variabel tersebut tidak mengandung heterokedastiditas.

### Teknik Analisis Data

Data yang telah dikumpulkan selanjutnya dianalisis dengan analisis yang bertujuan menggambarkan masing-masing variabel dalam bentuk hasil distribusi frekuensi, kemudian dilakukan analisis mean, standar deviasi, tingkat capaian responden dan koefisien serta memberikan interpretasi analisis tersebut

1. Menghitung nilai TCR masing-masing kategori jawaban dari deskriptif variabel. Dengan rumus:

$$\text{TCR} = \frac{R_s}{n} \times 100$$

Dimana:

TCR = Tingkat Capaian Responden

$R_s$  = Rata-rata skor jawaban responden

$n$  = Nilai skor jawaban

Nilai persentase dimasukkan ke dalam kriteria STIE KBP sebagai berikut:

- a. Interval jawaban responden 81-100% kategori jawabannya sangat baik.
  - b. Interval jawaban responden 66-80% kategori jawabannya baik.
  - c. Interval jawaban responden 56-65% kategori jawabannya cukup baik.
  - d. Interval jawaban responden 41-55% kategori jawabannya kurang baik.
  - e. Interval jawaban responden < 40% kategori jawabannya tidak baik.
2. **Koefisien Determinasi (Adjusted  $R^2$ )**

Agar tahu tentang kontribusi dari variabel bebas terhadap variabel terikat, bisa dilihat dari *adjusted R square*-nya, pemilihan nilai *adjusted R square* karena penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda dengan jumlah variabel lebih dari satu. Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. *Adjusted R<sup>2</sup>* berarti  $R^2$  sudah disesuaikan dengan derajat bebas dari masing-masing jumlah kuadrat yang tercakup di dalam perhitungan *Adjusted R<sup>2</sup>*. Untuk membandingkan dua  $R^2$ , maka harus memperhitungkan banyaknya variabel X yang ada dalam model. Hal ini dapat dilakukan dengan menggunakan *adjusted R<sup>2</sup>* yaitu:

$$\text{Adjusted } R^2 = 1 - \left(1 - R^2\right) \left[\frac{N-1}{N-k}\right]$$

Dari rumus di atas jelas bahwa:

- a. Kalau  $k > 1$  maka *adjusted R<sup>2</sup>* <  $R^2$ , berarti apabila banyaknya variabel bebas ditambah, *adjusted R<sup>2</sup>* dan  $R^2$  akan sama-sama meningkat, tetapi peningkatan *adjusted R<sup>2</sup>* lebih kecil daripada  $R^2$ .
  - b. *Adjusted R<sup>2</sup>* dapat positif atau negatif, walaupun  $R^2$  selalu non negatif. Jika *adjusted R<sup>2</sup>* negatif nilainya dianggap 0.
3. **Uji t (t-Test)**

Pengujian ini memiliki tujuan untuk mengetahui hubungan yang signifikan dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikatnya.

Pengaruh Kualitas Layanan...(Fernos, Gietricen)

ISSN: 2556 - 2278

Untuk melihat nilai signifikan masing-masing parameter yang diestimasi, maka digunakan *t-Test* dengan rumus :

$$t - Test = \frac{\beta_n}{S_{\beta_n}}$$

Keterangan:

t = Nilai mutlak untuk pengujian

$\beta_n$  = Koefisien regresi masing-masing variabel

$S_{\beta_n}$  = Standar *error* masing-masing variable

Dengan kriteria pengujian :

- a. Jika  $\text{sig} < 0,05$ ,  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$  nilai  $\beta +$ , maka hipotesis diterima.
- b. Jika  $\text{sig} < 0,05$ ,  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$  nilai  $\beta -$ , maka hipotesis ditolak.
- c. Jika  $\text{sig} > 0,05$ ,  $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ , maka hipotesis ditolak.

Selain kriteria diatas, agar bisa melihat ada atau tidaknya pengaruh semua variabel bebas terhadap variabel terikat bisa ditentukan dengan melihat tingkat signifikansi dengan nilai  $\alpha = 0,05$ . Apabila tingkat signifikansi  $< 0,05$  berarti  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Sebaliknya, apabila tingkat signifikansi  $> 0,05$  berarti  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Validitas

**Tabel 1**  
**Hasil Uji Validitas**

| Variabel                    | R hitung |
|-----------------------------|----------|
| <i>Tangible</i> (X1)        | 0,585    |
| <i>Reliability</i> (X2)     | 0,38     |
| <i>Responsiveness</i> (X3)  | 0,409    |
| <i>Assurance</i> (X4)       | 0,749    |
| <i>Empathy</i> (X5)         | 0,628    |
| <i>Kepuasan Nasabah</i> (Y) | 0,565    |

Sumber: Data Olahan Spss 2021

r tabel untuk  $n=100$  dengan sig 5% sebesar 0,19. Jadi berdasarkan tabel di atas semua item pertanyaan ke enam variabel dinyatakan valid karena tidak ada yang berada di bawah 0,19. Sehingga kuesioner ini layak untuk dijadikan item pertanyaan penelitian

## Uji Reliabilitas

**Tabel 2**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

| Variabel                    | Nilai<br><i>Cronbach Alpha</i> | Keterangan |
|-----------------------------|--------------------------------|------------|
| <i>Tangible (X1)</i>        | 0,774                          | Reliabel   |
| <i>Reliability (X2)</i>     | 0,717                          | Reliabel   |
| <i>Responsiveness (X3)</i>  | 0,784                          | Reliabel   |
| <i>Assurance (X4)</i>       | 0,805                          | Reliabel   |
| <i>Empathy (X5)</i>         | 0,789                          | Reliabel   |
| <i>Kepuasan Nasabah (Y)</i> | 0,795                          | Reliabel   |

Sumber: Data Olahan Spss 2021

Hasil tersebut menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai *Cronbach Alpha* yang cukup besar yaitu di atas 0,60 sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukur masing-masing variabel dari kuisisioner adalah reliabel sehingga untuk selanjutnya item-item pada masing-masing konsep variabel tersebut layak digunakan sebagai alat ukur.

## Uji Asumsi Klasik

### Uji Normalitas

**Tabel 3**  
**Uji Normalitas**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

| N                                 |                | Unstandardized Residual<br>100 |
|-----------------------------------|----------------|--------------------------------|
| Normal Parameters <sup>a, b</sup> | Mean           | .0000000                       |
|                                   | Std. Deviation | 308.382.589                    |
| Most Extreme Differences          | Absolute       | .058                           |
|                                   | Positive       | .058                           |
|                                   | Negative       | -.053                          |
| Kolmogorov-Smirnov Z              |                | .583                           |
| Asymp. Sig. (2-tailed)            |                | .886                           |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data Olahan Spss 2021

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa hasil uji normalitas menunjukkan level signifikansi lebih besar dariyaitu  $0,886 > 0,05$  yang berarti bahwa data terdistribusi secara normal.

**Uji Multikolenearitas**

**Tabel 4**  
**Hasil Multikolenearitas**

| Model | Collinearity Statistics |       | VIF   |
|-------|-------------------------|-------|-------|
|       | Tolerance               |       |       |
|       | (Constant)              |       |       |
| 1     | Tangible                | 0,51  | 1,962 |
|       | Reability               | 0,562 | 1,78  |
|       | Responsiveness          | 0,699 | 1,43  |
|       | Assurance               | 0,687 | 1,457 |
|       | Empathy                 | 0,767 | 1,303 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Data Olahan Spss 2021

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa ke enam variabel memiliki nilai tolerance > 0,10 dan nilai VIF Keenam variabel < 10 maka dapat dikatakan tidak terdapat korelasi variabel-variabel bebas antara satu dengan yang lainnya, atau variabel independen pada penelitian ini bebas multikolenearitas.

**Uji Heteroskedastisitas**

**Tabel 5**  
**Hasil Uji Heterokedastisitas**

| Model          | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | T      | Sig.  |
|----------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|-------|
|                | B                           | Std. Error | Beta                      |        |       |
| (Constant)     | 4,426                       | 1,173      |                           | 3,775  | 0     |
| Tangibles      | -0,1                        | 0,061      | -0,21                     | -1,634 | 0,106 |
| Reliability    | -0,002                      | 0,073      | -0,003                    | -0,026 | 0,979 |
| Responsiveness | -0,105                      | 0,048      | -0,238                    | -2,169 | 0,063 |
| Assurance      | 0,118                       | 0,044      | 0,297                     | 2,681  | 0,059 |
| Empathy        | 0,054                       | 0,044      | -0,128                    | -1,227 | 0,223 |

a. Dependent Variable: RES2

Sumber: Data Olahan Spss 2021

Berdasarkan Tabeldiatas dapat dilihat bahwa hasil perhitungan masing-masing variabel menunjukkan bahwa level sig > 0,05 yaitu 0,106 > 0,05 untuk variabel *tangible*, 0,979 > 0,05 untuk variabel *Reliability*, 0,063 > 0,05 untuk variabel *Responsiveness*, 0,059 > 0,05 untuk variabel *Assurance*, 0,223 > 0,05 untuk variabel *Empathy*. Sehingga penelitian ini bebas dari gejala heterokedastisitas dan layak untuk diteliti.

**Teknik Analisis Data**  
**Analisis Regresi Berganda**

**Tabel 6**  
**Regresi Berganda**

| Model          | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | T     | Sig.  |
|----------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|-------|
|                | B                           | Std. Error | Beta                      |       |       |
| (Constant)     | 2,682                       | 2,105      |                           | 1,248 | 0,215 |
| Tangible       | 0,263                       | 0,11       | 0,217                     | 2,395 | 0,019 |
| Reliability    | 0,63                        | 0,131      | 0,417                     | 4,828 | 0     |
| Responsiveness | 0,18                        | 0,087      | -0,161                    | 2,08  | 0,04  |
| Assurance      | 0,367                       | 0,079      | 0,362                     | 4,637 | 0     |
| Emphaty        | 0,151                       | 0,079      | 0,142                     | 1,921 | 0,058 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Data Olahan Spss 2021

Berdasarkan tabel di 19 dapat dianalisis model estimasi sebagai berikut:

$$Y = 2,682 + 0,263X_1 + 0,630 X_2 + 0,180X_3 + 0,367X_4 + 0,151 X_5$$

Keterangan:

- Y = Kepuasan Nasabah
- X1 = *Tangible*
- X2 = *Reliability*
- X3 = *Responsiveness*
- X4 = *Assurance*
- X5 = *Empathy*

Dari persamaan diatas dapat dijelaskan bahwa:

1. Nilai konstanta sebesar 2,682 ini mengidentifikasi bahwa jika variabel independen yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* adalah 0, maka nilai kepuasan nasabah adalah sebesar konstanta 2.682
2. Koefisien *tangible* sebesar 0,263 ini mengidentifikasi setiap peningkatan *tangible* sebesar satu satuan akan mengakibatkan peningkatan kepuasan nasabah sebesar 0,263 dengan asumsi variabel lain konstan.
3. Koefisien *reliability* sebesar 0,630 mengidentifikasi setiap peningkatan *reliability* satu satuan akan mengakibatkan peningkatan kepuasan nasabah sebesar 0,630 dengan asumsi variabel lain konstan.
4. Koefisien *responsiveness* sebesar 0,180 mengidentifikasi setiap peningkatan *responsiveness* satu satuan akan mengakibatkan peningkatan kepuasan nasabah sebesar 0,180 dengan asumsi variabel lain konstan.
5. Koefisien *assurance* sebesar 0,367 mengidentifikasi setiap peningkatan *assurance* satu satuan akan mengakibatkan peningkatan kepuasan nasabah sebesar 0,367 dengan asumsi variabel lain konstan

6. Koefisien *empathy* sebesar 0,151 mengidentifikasi setiap peningkatan *empathy* satu satuan akan mengakibatkan peningkatan kepuasan nasabah sebesar 0,151 dengan asumsi variabel lain konstan.

**Uji Simultan (Uji F)**

**Tabel 7**  
**Uji Simultan (uji-f)**

| Model      | Sum of Squares | Df | Mean Square | F      | Sig.              |
|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| Regression | 1447,82        | 5  | 289,564     | 28,911 | ,000 <sup>b</sup> |
| Residual   | 941,448        | 94 | 10,016      |        |                   |
| Total      | 2389,31        | 99 |             |        |                   |

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

b. Predictors: (Constant), Emphaty, Responsiveness, Reliability , Assurance, Tangible

Sumber: Data Olahan Spss 2021

Dari hasil analisis data yang diperoleh tentang *tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy* terhadap kepuasan nasabah dapat dilakukan pengujian terhadap hipotesis yang diajukan. Untuk menguji hipotesis ini, maka dilakukan uji F dengan membandingkan nilai  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$ . Pada level signifikansi 0,05 besar  $F_{tabel}$  untuk  $df=94$  adalah 2,20. Hal ini berarti bahwa secara simultan (bersama-sama) variabel *tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

**Uji Hipotesis (t-test)**

**a. Pengujian Hipotesis 1**

Pengujian hipotesis dilakukan dengan membandingkan thitung dengan nilai  $t_{tabel}$ . Hipotesis diterima jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau nilai sig < 0,05. Nilai  $t_{tabel}$  pada 0,05 adalah 1,985. Untuk variabel *tangible* ( $X_1$ ) nilai  $t_{hitung}$  adalah 2,395 dan nilai sig adalah 0,19. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa  $t_{hitung} < t_{tabel}$  yaitu  $2,395 < 1,985$  atau nilai signifikansi  $0,19 > 0,05$ . Nilai koefisien  $\beta$  dari variabel  $X_1$  bernilai Positif yaitu 2,395. Hal ini menunjukkan bahwa penelitian ini tidak dapat membuktikan *tangible* ( $X_1$ ) berpengaruh positif terhadap tingkat kepuasan nasabah. Dengan demikian hipotesis pertama ( $H_1$ ) **ditolak**.

**b. Pengujian Hipotesis 2**

Pengujian hipotesis dilakukan dengan membandingkan thitung dengan nilai  $t_{tabel}$ . Hipotesis diterima jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau nilai sig < 0,05. Nilai  $t_{tabel}$  pada 0,05 adalah 1,985. Untuk variabel *reliability* ( $X_2$ ) nilai  $t_{hitung}$  adalah 4,828 dan nilai sig adalah 0,000. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa  $t_{hitung} < t_{tabel}$  yaitu  $4,828 < 1,985$  atau nilai signifikansi  $0,00 < 0,05$ . Nilai koefisien  $\beta$  dari variabel  $X_2$  bernilai Positif yaitu 4,828. Hal ini menunjukkan bahwa penelitian ini tidak dapat membuktikan *reliability* ( $X_2$ ) berpengaruh positif terhadap tingkat kepuasan nasabah. Dengan demikian hipotesis pertama ( $H_2$ ) **diterima**.

### c. Pengujian Hipotesis 3

Pengujian hipotesis dilakukan dengan membandingkan thitung dengan nilai  $t_{tabel}$ . Hipotesis diterima jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau nilai sig  $< 0,05$ . Nilai  $t_{tabel}$  pada 0,05 adalah 1,985. Untuk variabel *responsiveness* ( $X_3$ ) nilai  $t_{hitung}$  adalah 2,080 dan nilai sig adalah 0,040. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa  $t_{hitung} < t_{tabel}$  yaitu  $2,080 < 1,985$  atau nilai signifikansi  $0,040 < 0,05$ . Nilai koefisien  $\beta$  dari variabel  $X_3$  bernilai Positif yaitu 2,080. Hal ini menunjukkan bahwa penelitian ini tidak dapat membuktikan *responsiveness* ( $X_3$ ) berpengaruh positif terhadap tingkat kepuasan nasabah. Dengan demikian hipotesis pertama ( $H_3$ ) **diterima**.

### d. Pengujian Hipotesis 4

Pengujian hipotesis dilakukan dengan membandingkan thitung dengan nilai  $t_{tabel}$ . Hipotesis diterima jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau nilai sig  $< 0,05$ . Nilai  $t_{tabel}$  pada 0,05 adalah 1,985. Untuk variabel *assurance* ( $X_4$ ) nilai  $t_{hitung}$  adalah 4,637 dan nilai sig adalah 0,000. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $4,637 > 1,985$  atau nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Nilai koefisien  $\beta$  dari variabel  $X_4$  bernilai Positif yaitu 4,637. Hal ini menunjukkan bahwa penelitian ini dapat membuktikan *assurance* ( $X_4$ ) berpengaruh positif terhadap tingkat kepuasan nasabah. Dengan demikian hipotesis pertama ( $H_4$ ) **diterima**.

### e. Pengujian Hipotesis 5

Pengujian hipotesis dilakukan dengan membandingkan thitung dengan nilai  $t_{tabel}$ . Hipotesis diterima jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau nilai sig  $< 0,05$ . Nilai  $t_{tabel}$  pada 0,05 adalah 1,985. Untuk variabel *empathy* ( $X_5$ ) nilai  $t_{hitung}$  adalah 1,921 dan nilai sig adalah 0,058. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $1,921 > 1,985$  atau nilai signifikansi  $0,0058 > 0,05$ . Nilai koefisien  $\beta$  dari variabel  $X_5$  bernilai Positif yaitu 1,921. Hal ini menunjukkan bahwa penelitian ini dapat membuktikan *empathy* ( $X_5$ ) berpengaruh positif terhadap tingkat kepuasan nasabah. Dengan demikian hipotesis pertama ( $H_5$ ) **ditolak**.

## PEMBAHASAN

1. Pengaruh *Tangible* terhadap Kepuasan nasabah  
Hasil penelitian ini membuktikan bahwa *tangible* tidak berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan nasabah *Mobile Banking*. Dengan demikian, faktor *tangible* tidak mempengaruhi dominan atas kepuasan nasabah *Mobile Banking* pada Bank Nagari Cabang Padang.
2. Pengaruh *Reliability* terhadap Kepuasan nasabah  
Hasil penelitian ini membuktikan bahwa *reliability* tidak berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan nasabah *Mobile Banking*. Dengan demikian, faktor *reliability* tidak mempengaruhi dominan atas kepuasan nasabah *Mobile Banking* pada Bank Nagari Cabang Padang.
3. Pengaruh *Responsiveness* terhadap Kepuasan nasabah  
Hasil penelitian ini membuktikan bahwa *responsiveness* tidak berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan nasabah *Mobile Banking*. Dengan demikian, faktor *responsiveness* tidak mempengaruhi dominan atas kepuasan nasabah *Mobile Banking* pada Bank Nagari Cabang Padang.

4. Pengaruh *Assurance* terhadap Kepuasan nasabah  
Hasil penelitian ini membuktikan bahwa *assurance* berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan nasabah *Mobile Banking*. Dengan demikian, faktor *assurance* berpengaruh dominan atas kepuasan nasabah *Mobile Banking* pada Bank Nagari Cabang Padang.
5. Pengaruh *Empathy* terhadap Kepuasan nasabah  
Hasil penelitian ini membuktikan bahwa *empathy* berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan nasabah *Mobile Banking*. Dengan demikian, faktor *empathy* berpengaruh dominan atas kepuasan nasabah *Mobile Banking* pada Bank Nagari Cabang Padang.
6. Pengaruh Variabel Lain Terhadap Kepuasan Nasabah  
Berdasarkan variabel-variabel yang telah diteliti ternyata hanya dapat menjelaskan 68,5% faktor-faktor yang menyebabkan seseorang nasabah puas atas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan khususnya oleh bank nagari. Ini berarti masih ada 31,5% lagi variabel lain yang menyebabkan seorang nasabah puas atas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan khususnya oleh bank nagari. Variabel lain ini tidak terungkap dalam penelitian yang telah dilakukan.

#### UCAPAN TERIMAKASIH

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan dukungan dan dorongan dalam melakukan penelitian ini. Penghargaan dan ucapan terima kasih kepada Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat yang telah menyediakan akses ke dalam laporan pemasaran yaitu kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah *mobile banking* pada bank pembangunan daerah provinsi sumatera barat . Sehingga memudahkan peneliti untuk mengumpulkan data sesuai dengan data yang peneliti butuhkan. Penghargaan dan terima kasih juga penulis ucapkan kepada Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi “Keuangan Perbankan dan Pembangunan”, terutama Program Studi Manajemen yang telah memberikan motivasi dan dukungan kepada penulis untuk melakukan penelitian dan penulisan jurnal ini.

#### KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* terhadap kepuasan nasabah *Mobile Banking* bank nagari Cabang Padang. Berdasarkan hasil penelitian dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan maka hasil penelitian ini dapat disimpulkan:

1. *Tangible* dalam pengujian hipotesis tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah *Mobile bank* nagari Cabang Padang.
2. *Reliability* dalam pengujian hipotesis berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah *Mobile bank* nagari Cabang Padang.
3. *Responsiveness* dalam pengujian hipotesis berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah *Mobile bank* nagari Cabang Padang.
4. *Assurance* dalam pengujian hipotesis berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah *Mobile bank* nagari Cabang Padang.
5. *Empathy* dalam pengujian hipotesis tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah *Mobilebank* nagari Cabang Padang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Al, Yousafzai Et. 2016. "Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri Cabang Veteran Denpasar Bali I Gede Yogi Pramana 1 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana , Bali , Indonesia Bisnis Perbankan Merupakan Bisnis Jasa Yang Berdasarkan Asas Kepercayaan , Sehingga Dalam Memi." *I Gede Yogi Pramana* 5(1): 706–33.
- Aliansyah, Teuku. 2018. "Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh." (July).
- Andika Febrianta1, Dra. Indrawati M.M., Ph.D2. 2016. "Influence Of Mobile Banking Service Quality To Customer Statistik Pengguna Mobile Banking Di Negara- Negara Asia." 3(3): 2879–85.
- Aryani, Dwi, And Febrina Rosinta. 2010. "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan." *Dwi Aryani1 \* Dan Febrina Rosinta2 \*\* Ipt* 17(2): 114–26.
- Delti. 2015. "Pengaruh Kepemimpinan Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt. Trubaindo Coal Mining Di Kabupaten Kutai Barat." *Ilmu Administrasi Bisnis* 3(2): 495–506.
- Fernos, J., & Putra, Y. E. (2019). Analisa Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Mega Syari'ah Padang. <https://doi.org/10.31219/osf.io/y2baf>
- Gunawan, Andrew. 2019. "Aplikasi Technology Acceptance Model Pada Minat Nasabah Untuk Menggunakan Internet Banking." *Andrew Gunawan* 3(2).
- Kreatif, J. 2018. "Jurnal Kreatif: Pemasaran, Sumberdaya Manusia Dan Keuangan, Vol. 6, No. 2, April 2018." *Asep Sulaeman* 6(2): 53–65.
- Marlius, D. (2018). Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Website Akademik Terhadap Kepuasan Mahasiswa Pada STIE "KBP". *Jurnal Ipteks Terapan*. Volume 12. No. 2. Hal. 116-128. <http://doi.org/10.22216/jit.2018.v12i2.633>
- Marlius, D. (2018). Loyalitas Nasabah Bank Nagari Syariah Cabang Bukittinggi Dilihat Dari Kualitas Pelayanan. *Jurnal Pundi*. Volume 1. No. 3. Hal.12-22. <https://doi.org/10.31575/jp.v1i3.60>
- Markonah. 2017. "Analisis Pengaruh Mobile Banking Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank." : 470–88.
- Putra, Y. E., & Aziz, N. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Padang. <https://doi.org/10.31219/osf.io/hcsw2>
- Rastini2, I Gede Yogi Pramana1 Ni Made. 2016. "Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri Cabang Veteran Denpasar Bali I Gede Yogi Pramana 1 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana , Bali , Indonesia Bisnis Perbankan Merupakan Bisnis Jasa Yang Berdasarkan Asas Kepercayaan , Sehingga Dalam Memi." 5(1): 706–33.
- Suharini1\*, Mieke. 2008. "Persepsi Nasabah Terhadap Penerapan Sistem Layanan Produk Dan Jasa E-Banking." 15: 168–89.
- Sulaeman, Asep. 2018. "Jurnal Kreatif: Pemasaran, Sumberdaya Manusia Dan Keuangan, Vol. 6, No. 1, Januari 2018." 6(1).